



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

공학석사 학위논문

중국 선전시(深圳市)
고신기술산업개발구(高新技術產業開發
區) 창업카페의 공간적 특성 및 이용
행태에 관한 연구

A Study on the Spatial Characteristics and Use
Behavior of Start-up Cafés in Hi-Tech Industrial
Development Zones in Shenzhen, China

2019 년 08 월

서울대학교 대학원
협동과정 도시설계학 전공
위자천

중국 선전시(深圳市)
고신기술산업개발구(高新技術產業開發
區) 창업카페의 공간적 특성 및 이용
행태에 관한 연구

지도 교수 권 영 상

이 논문을 공학석사 학위논문으로 제출함
2019 년 08 월

서울대학교 대학원
협동과정 도시설계학전공
위 자 천

위자천의 공학석사 학위논문을 인준함
2019 년 08 월

위 원 장 _____ (인)

부위원장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

초 록

최근 중국은 나날이 적극적인 과학기술 혁신과 활발한 대규모 창업과 창신 활동 때문에 전세계의 주목을 받기 시작하였다. 중국 선전시(深圳市)는 ‘중국의 실리콘 벨리’라는 별칭이 있는 중국 대표적인 혁신형 도시이며 활발하고 지속적인 기술혁신과 창업 활동을 진행함으로써 중국 1차 스마트 시티로 선정된 후로 중국 대표적인 스마트 시티가 되었다.

한편 2015 년부터 중국 정부는 ‘대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)’이라는 슬로건을 제출하여 전국적으로 중국 대중의 창업·창신 활동을 장려하였다. 이로부터 중국 전국적으로 창신·창업 열풍이 일기 시작하였고 날마다 활발해진 창신·창업 활동은 새로운 공간 수요를 요구하였다. 그 후로 중국 정부와 시장의 주도 하에 다양한 창신·창업 공간이 건설되었고 그중 창업카페는 일종의 시장 주도형 창신·창업 공간이자 창업공간과 카페의 결합체로 등장하였다. 이로부터 카페는 커피를 판매하는 장소, 사람들이 만나는 장소일 뿐만 아니라, 창업자들이 일하는 장소, 투자미팅이 진행되는 새로운 장소가 되었다.

이에 본 연구의 목적은 창업카페의 정체성을 발굴하기 위해, 중국 선전시의 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區) 내부의 사이버대학원(虛擬大學園) 및 소프트웨어산업기지(軟件產業基地)를 중심으로, 각 대상지에서 창업카페와 일반적 카페 1 개씩 선정하였고 내부 공간과 도시적 공간 2 개의 방면에서 창업카페의 특성을 살펴보고자 한다. 연구의 방법으로는 현장 조사, 참여관찰, 설문조사 및 인터뷰를 실시하여 얻은 데이터를 바탕으로 분석하고 비교하는 것이다.

본 연구의 내용은 창업카페의 내부 공간 분석과 창업카페의 도시적 공간 분석 2 부분으로 구성된다. 첫째, 창업카페의 내부 공간에 관한 연구를 주로 내부 공간 특성, 이용 행태와 운영 방식 3 개의 방면으로 나누어서 진행하였다. 현장 조사를 통해 카페의 내부 공간을 조사하여 도면분석을 진행하였다. 또한 일주일 동안 시간대별 카페의 테이블 점유율과 사용자 이용 행태를 참여관찰을 통해 조사하고 부수적으로 카페 사용자를 대상으로 설문조사를 실시함으로써 창업카페의 이용 행태 특성을 살펴보았다. 또한 카페 매니저를 대상으로 카페의 운영 방식과 운영 현황에 대해 심층 인터뷰를 실시하였다. 둘째, 현장 조사와 지도본

석을 통해 창업카페의 입지 특성, 대상지 공간 특성과 주변 시설의 특성, 3 개의
방면에서 창업카페의 도시적 공간 특성을 탐구하였다

이처럼 본 연구는 일하는 장소이자 일에서 벗어나는 장소인 창업카페의 공간
적 특성과 이용 행태의 특성을 도출함으로써 창신과 창업을 추진하는 과정 중
에 나타나는 창업카페의 특성을 밝혔다. 이를 통해 향후 첨단기술산업단지 등의
활발한 창업과 창신을 추진하는 지역에 대한 도시설계 과정 중에 참고자료로서
의미를 가진다. 본 연구는 창업카페와 일반적 카페를 비교함으로써 창업카페의
보편적인 특성을 발굴하였다. 이후 창업카페에 대한 다른 시각에서 진행하는 연
구가 필요하고 창업카페의 정체성을 계속 발굴하는 후속 연구가 추가되어야 한
다.

주요어: 창업카페; 창업 공간; 공간적 특성; 이용 행태; 첨단기술산업단지; 중
국 선전시(深圳市)

학 번: 2017-29186

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
제 2 절 연구의 범위 및 방법	3
제 2 장 어휘 설명 및 이론적 고찰	7
제 1 절 어휘 설명	7
2.1.1 대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)	7
2.1.2 중창공간(眾創空間)	8
2.1.3 창업카페	9
제 2 절 제 3 의 장소	11
제 3 절 선행연구 고찰	13
2.3.1 창업 공간의 특성에 관한 연구	13
2.3.2 카페의 이용에 관한 연구	17
제 4 절 연구의 차별성 및 필요성	22
제 3 장 분석의 틀	24
제 1 절 연구 대상지 및 연구 대상	24
3.1.1 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)	24
3.1.2 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)	26
3.1.3 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)	28
제 2 절 조사 방법 및 분석 내용	30
3.2.1 지도분석	30
3.2.2 참여관찰	31
3.2.3 설문조사	32
3.2.4 인터뷰	34
제 4 장 창업카페의 내부 공간 분석	37
제 1 절 창업카페의 실내 공간 분석	37
4.1.1 Sanyou Coffee 및 Dots Coffee	37
4.1.2 Inno Valley 및 Starbucks	43
4.1.3 창업카페의 실내 공간 분석 결과	48
제 2 절 테이블 및 이용 행태 점유율 분석	50
4.2.1 테이블 점유율 분석	50
4.2.2 이용 행태 점유율 분석	53
4.2.3 이용 행태의 공간 분포 분석	62
제 3 절 운영 방식 분석	70
제 4 절 분석 결과	72

제 5장 창업카페 도시적 공간 분석	73
제 1 절 창업카페의 입지 분석	73
5.1.1 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 입지 분석	73
5.1.2 연구 대상 창업카페의 입지 분석	77
제 2 절 창업카페 주변 공간 분석	80
5.2.1 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)	80
5.2.2 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)	82
제 3 절 창업카페 주변 시설의 분포 분석	86
5.3.1 데이터의 획득 및 처리 방식	86
5.3.2 창업카페 주변 시설 분포 분석 내용	88
제 4 절 분석 결과	94
 제 6장 결론 및 시사점	95
 참고 문헌	97
 부록	100

표 목차

[표 1-1] 연구 대상 카페	5
[표 2-1] 창업 공간에 관한 한국 선행 연구	15
[표 2-2] 창업 공간에 관한 해외 선행 연구	17
[표 2-3] 카페의 이용에 관한 선행 연구	20
[표 3-1] 카페의 영업시간	32
[표 3-2] 시간대 구분	32
[표 3-3] 인터뷰 내용의 틀	34
[표 4-1] Sanyou Coffee 의 각 공간의 면적 계산표	39
[표 4-2] Dots Coffee 의 각 공간의 면적 계산표	41
[표 4-3] Inno Valley 의 각 공간의 면적 계산표	44
[표 4-4] Starbucks 의 각 공간의 면적 계산표	46
[표 4-5] 이용 행태의 세부 구분	58
[표 5-1] 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 주변 지역 용도	77
[표 5-2] 요청 URL 작성 항목 설명	87
[표 5-3] Sanyou Coffee 주변 시설 분포 수량 통계표(단위: 개)	89
[표 5-4] Inno Valley 주변 시설 분포 수량 통계표(단위: 개)	92

그림 목차

[그림 1] 2016-2018 년 중국 세계혁신지수 순위.....	1
[그림 2] 2018 년 혁신 클러스터 세계혁신지수 순위(일부).....	2
[그림 3] 중국 광둥성(廣東省) 위치 설명도	4
[그림 4] 선전시 위치 설명도.....	4
[그림 5] 난산구(南山區) 위치 설명도	4
[그림 6] 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區) 위치 설명도.....	4
[그림 7] 사이버대학원(虛擬大學園) 및 소프트웨어산업기지(軟件產業基地) 위치 설명도	5
[그림 8] 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區) 주변 지역 기능 예시도	24
[그림 9] 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)의 지역 구분 및 대상지 예시도.....	26
[그림 10] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 사진 1.....	27
[그림 11] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 사진 2.....	27
[그림 12] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 사진 1	28
[그림 13] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 사진 2	28
[그림 14] 선전만창업광장(深圳灣創業廣場) 사진 1.....	29
[그림 15] 선전만창업광장(深圳灣創業廣場) 사진 2.....	29
[그림 16] 대중점평(大眾點評) 웹 사이트 내용 예시도(예: Sanyou Coffee) ..	36
[그림 17] Sanyou Coffee 와 Dots Coffee 의 위치도.....	38
[그림 19] Sanyou Coffee 내부 공간 유형 분포도.....	40
[그림 20] Dots Coffee 내부 공간 구조 및 동선 분석도.....	42
[그림 21] Dots Coffee 내부 공간 유형 분포도.....	42
[그림 22] Inno Valley 와 Starbucks 의 위치도	43
[그림 23] Inno Valley 내부 공간 구조 및 동선 분석도	45
[그림 24] Inno Valley 내부 공간 유형 분포도.....	45
[그림 25] Starbucks 내부 공간 구조 및 동선 분석도	47
[그림 26] Starbucks 내부 공간 유형 분포도.....	47
[그림 27] 각 카페 테이블 점유율 누계 통계도	51
[그림 28] 각 카페 매일 테이블 점유율 추이도	51
[그림 29] Sanyou Coffee 시간대별 테이블 점유율 추이도	52
[그림 30] Dots Coffee 시간대별 테이블 점유율 추이도	52
[그림 31] Inno Valley 시간대별 테이블 점유율 추이도	52
[그림 32] Starbucks 시간대별 테이블 점유율 추이도	53
[그림 33] ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 비율 통계도.....	54
[그림 34] Sanyou Coffee 의 요일·시간별 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 추이도	55

[그림 35] Dots Coffee 의 요일·시간별 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 추이도	56
[그림 36] Inno Valley 의 요일·시간별 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 추이도	56
[그림 37] Starbucks 의 요일·시간별 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 추이도	57
[그림 38] Sanyou Coffee 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (W 행태)	59
[그림 39] Sanyou Coffee 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (N-W 행태)	59
[그림 40] Dots Coffee 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (W 행태)	60
[그림 41] Dots Coffee 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (N-W 행태)	60
[그림 42] Inno Valley 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (W 행태)	61
[그림 43] Inno Valley 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (N-W 행태)	61
[그림 44] Starbucks 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (W 행태)	62
[그림 45] Starbucks 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (N-W 행태)	62
[그림 46] Sanyou Coffee 의 이용 행태 공간 분포	65
[그림 47] Dots Coffee 의 이용 행태 공간 분포	65
[그림 48] Inno Valley 의 이용 행태 공간 분포	67
[그림 49] Starbucks 의 이용 행태 공간 분포	68
[그림 50] 선전시(深圳市) 전체 창업카페 입지 예시도	74
[그림 51] 2016 년 선전시(深圳市) 지역 총생산액 비율	75
[그림 52] 2016 년 선전시(深圳市) 행정구역별 인균 생산액 순위	75
[그림 53] 연구 대상 카페의 입지 분석도	78
[그림 54] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부 및 외부 지역 용도 분석 도면	81
[그림 55] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부 건축물 기능 분석 도면	81
[그림 56] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부 건축물 층수 분석 도면	82
[그림 57] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 교통 분석 도면	82
[그림 58] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 내부 및 외부 지역 용도 분석 도면	83
[그림 59] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 내부 건축물 기능 분석 도면	84
[그림 60] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 내부 건축물 층수 분석 도면	84
[그림 61] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 내부 도로 및 주차장 분포 분석 도면	85
[그림 62] 요청 URL 예시도	86

[그림 63] 고덕(高德) 데이터 오픈 플랫폼이 제공하는 POI 유형과 코드 번호	88
[그림 64] Sanyou Coffee 주변 교육 시설 분포 도면	90
[그림 65] Sanyou Coffee 주변 금융 및 보험 시설 분포 도면	90
[그림 66] Sanyou Coffee 주변 상업 시설 분포 도면	90
[그림 67] Sanyou Coffee 주변 교통 시설 분포 도면	90
[그림 68] Sanyou Coffee 주변 문화 및 체육 시설 분포 도면	91
[그림 69] Sanyou Coffee 주변 공공 기관 분포 도면	91
[그림 70] Inno Valley 주변 교육 시설 분포 도면	92
[그림 71] Inno Valley 주변 금융 및 보험 시설 분포 도면	92
[그림 72] Inno Valley 주변 상업 시설 분포 도면	93
[그림 73] Inno Valley 주변 교통 시설 분포 도면	93
[그림 74] Inno Valley 주변 문화 및 체육 시설 분포 도면	93
[그림 75] Inno Valley 주변 공공 기관 분포 도면	93

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

최근 중국은 나날이 적극적인 과학기술 혁신과 활발한 대규모 창업과 창신 활동 때문에 전세계의 주목을 받기 시작하였다. 2018 년 세계혁신지수¹⁾ 보고서에 의하여, 중국은 상위 25 위 안에 든 유일한 중상위 소득 국가로서, [그림 1]과 같이 세계혁신지수 순위의 17 위와 세계 혁신 산출 순위의 10위를 차지하였다. 또한 혁신 클러스터의 경우, 혁신 클러스터의 수량이 많은 순에 따라 미국의 뒤에 이어, 중국은 혁신 클러스터 16 개를 가짐으로써 2위를 차지하였다. 그중 중국 선전(深圳)-홍콩 지역 연합 혁신 클러스터의 혁신 능력은 [그림 2]와 같이, 도쿄-요코하마의 뒤로 세계 2위를 차지하였다.

China's rankings over time				
	GII	Input	Output	Efficiency
2018	17	27	10	3
2017	22	31	11	3
2016	25	29	15	7

[그림 1] 2016-2018 년 중국 세계혁신지수 순위

(출처: Global Innovation Index 2018)

1) 세계혁신지수는 2007 년부터 미국 코넬대(Cornell University)와 유럽경영원, 세계지식재산기구(WIPO)가 공공으로 매년 각 국가의 혁신역량을 평가해 발표하는 지표이다. 제도, 인적자본과 연구, 인프라, 시장 성숙도(成熟度), 기업성 속도 등의 7 대 부분과 21 개의 항목, 81 개의 세부 지표로 조사 대상국을 평가하여 순위를 매기는 것이다.

Table 3: Top cluster of economies or cross-border regions within the top 50

Rank	Cluster name	Economies
1	Tokyo–Yokohama	JP
2	Shenzhen–Hong Kong	CN/HK
3	Seoul	KR

[그림 2] 2018 년 혁신 클러스터 세계혁신지수 순위(일부)

(출처: Global Innovation Index 2018)

중국 선전시(深圳市)는 뛰어난 첨단기술 혁신 능력을 갖추므로 인해 ‘중국의 실리콘 밸리’라는 별명을 가지는 중국 국가급 혁신형 도시이며, 중국 베이징시, 상하이시, 광저우시와 같이 ‘중국 4 대 도시’라고 병칭된다. 또한 2012 년부터 중국 1 차 스마트 시티 시범 도시로 추진되어, 활발하고 지속적인 첨단기술 혁신과 도시 내부 광범위한 첨단기술 응용을 통해 중국 500 개의 스마트 시티 중의 대표적인 스마트 시티가 되었다.

한편 2015 년, 중국 정부는 ‘대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)’이라는 슬로건을 제출하여 전국적으로 중국 대중의 창업·창신 활동을 장려하였다. 따라서 중국 정부는 창업·창신 활동을 추진하기 위해 다양한 정부 주도형 창업 창신 공간과 지원 정책을 마련하였으며 시장 주도형 창업 공간도 우후죽순처럼 빠르게 생겨나고 발전하였다. 그중 창업카페는 카페의 편하고 즐거운 분위기와 창업 공간의 활발하고 다양한 창업 활동을 동시에 구비하는 카페와 창업 공간의 결합체로서, 전 사회의 주목을 받고 인기를 얻었다. 창업카페는 커피를 판매하는 장소와 사람들이 만나는 장소에서 더 나아가, 창업자가 일하는 장소, 투자 미팅이 진행되는 장소, 창업 자원을 공유하는 장소로 발전되었다.

그렇다면 현재 세계적으로 4 차산업혁명을 맞이하여 창신과 창업의 중요성이 인식되어 탁월한 혁신 능력을 추구하는 배경 하에, 올덴버그(Oldenburg)가 집 및 직장과 분리하여 ‘제 3 의 장소’로 언급하는 카페의 역할은 오늘날의 창업카페에 여전히 적용할 수 있는 것인가? 창업카페는 일반적 카페에 비해 어떠한 특성을 가지는 것인가?

이러한 질문을 가지고 창업카페의 정체성을 발굴하기 위해, 본 연구의 목적은 중국 선전시(深圳市)의 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區)에 위치하는 사이버대학원(虛擬大學園) 및 소프트웨어산업기지(軟件產業基地)를 중심으로, 창업카페의 내부 공간과 도시적 공간 2 개의 방면에서 창업카페와 일반적 카페를 비교함으로써 창업카페의 특성을 살펴보고자 하는 것이다.

제 2 절 연구의 범위 및 방법

본 연구의 지리적 범위는 [그림 3-6]과 같이 중국 광둥성(廣東省) 선전시(深圳市)의 과학기술 혁신 중심인 난산구(南山區)에 위치하고 첨단기술 창업·창신 활동이 활발한 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區)이다. [그림 7]과 같이, 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區) 남부에 사이버대학원(虛擬大學園) 및 소프트웨어산업기지(軟件產業基地) 2 개의 대상지를 선정하였고 각 대상지에서 [표 1-1]과 같이 대표적인 창업카페와 일반적 카페 각 한 개를 연구 대상으로 선정하였다.



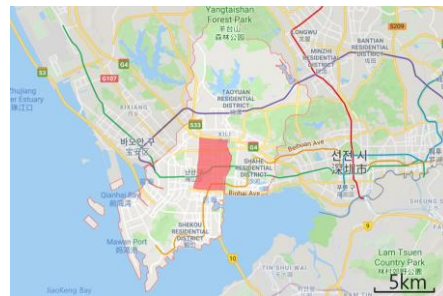
[그림 3] 중국 광둥성(廣東省)
위치 설명도



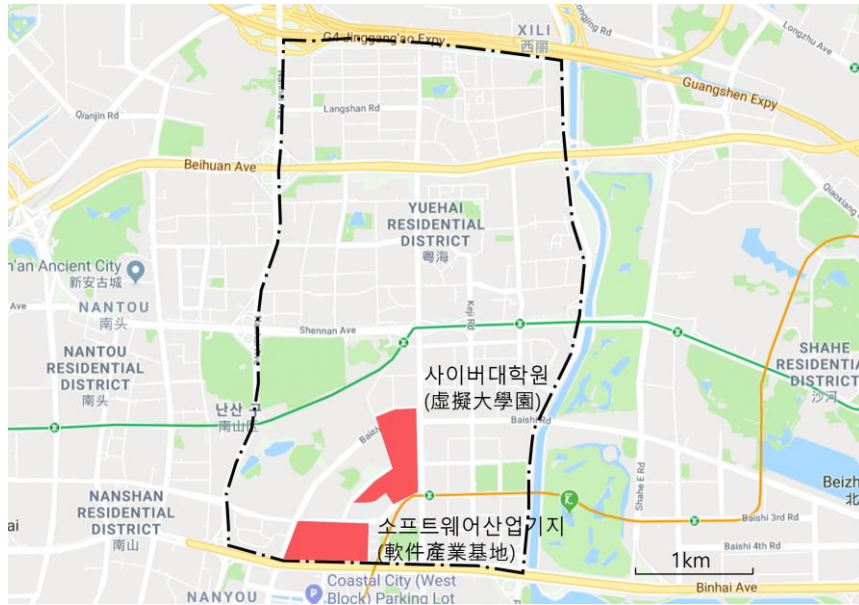
[그림 4] 선전시 위치 설명도



[그림 5] 난산구(南山區) 위치 설명도



[그림 6] 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區) 위치 설명도



[그림 7] 사이버대학원(虛擬大學園) 및 소프트웨어산업기지(軟件產業基地)
위치 설명도

대상지	창업카페	일반적 카페
사이버대학원(虛擬大學園)	Sanyou Coffee	Dots Coffee
소프트웨어산업기지(軟件產業基地)	Inno Valley	Starbucks

[표 1-1] 연구 대상 카페

본 연구의 내용적 범위는 2019 년 3 월 18 일부터 2019 년 3 월 24 일까지 일주일간에 실시한 현장 조사, 참여관찰, 설문조사 및 인터뷰의 데이터를 바탕으로, 각 카페의 공간, 이용 행태, 운영 방식을 살펴보고 창업카페와 일반적 카페의 차이점을 도출하여 창업카페의 특성을 제시하고자 하는 것이다.

연구 방법과 연구 내용을 살펴보면 본 연구의 구성은 다음과 같다. 제 1 장은 서론 부분으로 본 연구의 배경 및 목적, 연구의 범위 및 방법을 설명하였다. 제 2 장에서는 명사 설명 및 이론적 고찰 부분으로 문헌분석을 통해 중국 측이 추

진하는 ‘대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)’, 중창공간(眾創空間) 그리고 창업카페가 제출된 배경과 그들의 의미를 설명하고, 올덴버그(Oldenburg)가 제출한 ‘제 3의 장소’ 개념과 카페의 역할을 설명하였으며, 선행 연구 고찰을 통해 본 연구의 차별성과 필요성을 정리하고자 한다. 제 3 장은 크게 연구 대상지와 연구 대상의 선정, 조사 방법과 분석 내용 2 부분으로 나누어서 설명함으로써 본 연구의 틀을 정리하였다. 제 4 장은 창업 공간의 내부 공간 특성을 탐구하기 위해, 실내 공간 특성, 이용 행태 및 운영 방식을 고찰하였고 창업카페의 내부 공간 특성을 도출하고자 한다. 제 5 장에서는 현장 조사 및 지도 분석을 통해 창업카페의 도시 내 입지, 주변 공간 특성 및 주변 시설을 살펴보고 비교 분석을 통해 창업카페 주변 공간 특성을 도출하며 제 6 장에서는 제 4-5 장에서 도출된 분석 결과를 정리하여 본 연구의 결과, 시사점 및 한계점을 제시할 것이다.

제 2 장 어휘 설명 및 이론적 고찰

제 1 절 어휘 설명

2.1.1 대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)

‘대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)’은 중국 경제의 건전한 발전을 위해 진행된 사업이다. 2014 년 9 월 10 일 하계 다보스포럼 개막식에 중국 총리 이극강(李克強)이 중국 국정을 출발점으로, 중국을 창신 국가로 건설하자고 하며 개혁과 혁신의 배경하에 중국 경제의 건전한 발전을 추진하고자 하였다. 2015 년 3 월 이극강(李克強)은 〈정부 업무 보고〉 중에 ‘대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)’을 ‘공익과 공공서비스 증가’와 함께 중국 경제가 계속 전진하게 추진하는 두 가지의 주요 방식 중의 하나로 제시하였다. 한편으로 ‘만중창신(萬眾創新)’을 통해, 더 많은 신기술, 신제품과 신시장을 창조하여 중국 경제 발전의 질과 효익을 향상시킬 수 있으며 다른 한편으로 ‘대중창업(大眾創業)’을 통해 경제시장주체를 증가함으로써 경제시장의 동력, 활력과 경쟁력을 추진할 수 있다.

2015 년부터 현재까지 ‘대중창업, 만중창신 (大眾創業, 萬眾創新)’사업은 중국 전국에서 적극적으로 추진되고 있다. 현재까지 중국 국무원 측은 ‘대중창업, 만중창신 (大眾創業, 萬眾創新)’에 관한 정책 100 여개를 제출하였다. 그중 9 가지의 차원에서 산업 추진에 대한 요구를 제시하였고 산업 추진 요구는 구체적으로 ‘시장체계와 메커니즘 혁신’, ‘지원 정책 최적화’, ‘금융시장 활성화’, ‘창업 투자 증가’, ‘창업 서비스 추진’, ‘창신창업플랫폼 건설’, ‘창신행 창업 발전’, ‘도시와 농촌 간 창업 경로 확장’ 및 ‘강화 정책 시행 체계’로 나누어 있다. 중국 각 도시는 국가 정책을 실행하는 동시에 도시 자체의 형편과 특성에 따라 세부적인 정책을 제출하여 실행하고 있다.

2.1.2 중창공간(眾創空間)

중창공간(眾創空間)은 창신 2.0 시대 배경하에 창신·창업 활동의 특성과 수요에 따라, 시장 메커니즘, 문화 서비스 및 자본화 경로 등의 방면에서 창신·창업자에게 로 코스트와 편리하고 전면적이고 개방적인 신형 창업 공공서비스를 제공하는 플랫폼의 통칭이다. 그중 ‘중창(眾創)’이라는 단어는 ‘대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)’에서 비롯되어, 사회적으로 창신과 창업이 민주화된다는 표현이다. 현재 정보기술의 발전에 따라 지식의 획득 및 교류가 편리성을 가지기 시작하여, 중창공간 사용주체의 범위는 기업과 연구자에서 보통 사람으로 확장되었다. 또한 중창공간(眾創空間)은 ‘대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)’을 실현하는 주요 플랫폼으로서, 메이커스페이스, 해커스페이스 등과 같은 전통적인 인큐베이터를 시장화, 전문화, 집적화 및 네트워크화하고 창신과 창업, 온라인과 오프라인, 인큐베이션과 투자를 결합하여 창신·창업자에게 쾌적한 작업 공간, 사이버 공간, 사교 공간과 자원공유 공간을 제공한다.

그러므로 전통적인 인큐베이터가 단순히 공간 임대를 통해 수익을 창출하고 ‘공간’의 가치를 중요시하는 것보다, 중창공간(眾創空間)은 ‘중창(眾創)’에 초점을 맞추어 인큐베이터와 창업 서비스를 바탕으로 개방형 혁신적인 생태계를 추구하는 장기적인 가치를 가진다. 따라서 중창공간(眾創空間)은 아래와 같이 5가지의 특징을 가진다.

첫째, 개방 및 로 코스트이다. 모든 사람에게 개방하고, 일부 서비스가 무료이며 일부 서비스가 유료의 방식 혹은 회원 제도를 통해, 창신·창업자에게 상대적으로 경제적인 성장환경을 제공한다. 둘째, 협동과 상호 협조이다. 다양한 프로그램은 창신·창업자 간의 교류와 인맥을 증진하며 공유 근무환경은 창신·창업자 간의 상호 협조, 자원 공유를 추진한다. 이를 통해 창신·창업자 간의 공동 발전은 이루어진다. 셋째, 다차원의 결합이다. 넷째, 편리성이다. 중창공간(眾創空間)은 장소를 제공하고 행사를 개최함으로써 창신·창업자들이 제품 전시, 아이디어 나눔과 프로젝트 버스킹의 기회를 제공한다. 뿐만 아니라 중창공간(眾創

空間)은 스타트업 기업의 초창기에 금융, 법률 법무, 정부 지원 신청 등의 서비스를 제공하여 기업 스타트업 기업의 성장에 도움이 된다. 마지막으로 전면적이다. 중창공간(眾創空間)은 창신·창업 활동에 필요한 재료, 설비와 시설을 구비한다.

2.1.3 창업카페

최근 몇 년간 중국에서 창업 분위기가 뜨거워진 동시에 창업에 관한 이론 연구가 역시 많이 진행되었다. 이러한 연구들 중에서 창업의 과정은 영향 요소가 많고 순환왕복하고 유동적이라는 특성을 가진다고 제시되었다. 또한 창업자 혹은 창업 단체에게 투자자와 접촉하는 기회 및 깊이 교류하는 기회가 부족하고 투자자와 소통된 경영 관리 이념이 모호해서 창업 활동이 제대로 진행되지 못한다는 어려움이 밝혔다.

그러나 창업카페는 이러한 문제를 해결할 수 있는 한 가지의 새로운 중창공간(眾創空間)으로 주목을 받기 시작하였다. 본질적으로 말하자면, 창업카페는 일반적 요식업(카페) 경영 모델의 기반 위에 법인 설립 전의 시기 혹은 초창기의 창업 단체의 창업 활동을 도와주고 인큐베이션 서비스를 제공하는 플랫폼이다. 창업카페는 카페로서 일반적 카페와 같이, 보통 운영 주체가 개인이고 커피 등의 음식물을 판매하면서 개방적이고 즐거운 분위기를 제공한다. 그뿐만 아니라 창업카페는 창업 공간으로서 대부분 경우에 따라 국가 지원을 받고, 여러 방면에서 카페 사용자의 창업 활동에 도와주고 창업을 추진한다.

중국 대표적인 창업카페를 살펴보고 공통점을 정리하면, 창업의 과정에서 창업카페의 핵심 기능은 다음과 같다. (1) 창업자와 창업 단체에게 창업 서비스를 제공하는 것이다. (2) 저렴하고 쾌적한 근무 환경을 제공하는 것이다. (3) 창업자와 창업 단체 간의 내부 교류 및 협력을 추진하는 것이다. (4) 창업자 혹은 창업 단체에게 투자자와 접촉하는 기회를 만들어 주는 것이다. (5) 필요한 상업 지식과 창업 지식을 가르쳐 주고 공유하는 것이다.

그러나 현재까지 창업카페에 관한 구체적인 정의와 기준이 없기 때문에 각 창업카페가 주로 제공하는 서비스와 사용되는 기능이 다르다. 이에 창업 활동을 추진한다는 공통점을 가지고 중국에서 다양한 창업카페들이 나타났다. 본 연구에서는 중국 선전시 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區)에 위치하는 2 개의 대표적인 창업카페 Sanyou Coffee 와 Inno Valley 를 연구 대상으로 선정하였다.

제 2 절 제 3 의 장소

장소감의 개념은 보통 ‘사용’, ‘전념’과 ‘정서’의 조합을 바탕으로 특정 물리적 설정에 대한 애착을 발달시키는 개인의 능력을 지칭하는 데 사용된다. 그러나 장소는 명확한 물리적과 문자 표현적인 특성을 가지는 단순한 지리적인 사이트를 말하는 것만 아니다. 장소는 또한 사회적 상호 작용과 기억의 유동적, 역동적이고 변화 가능한 맥락이기도 한다. 장소의 힘은 미학적 또는 행동적 가능성이나 상징적 지위에 있을 뿐만 아니라 사람들을 사회와 연결하고 개인과 사회의 정체성 발전을 추진하고 사회 문화적인 의미를 강화하는 데에 있다 (Stokowski, 2002).

한편 현대인들이 삶의 질을 가정과 일자리의 질에 거의 전적으로 의존하게 한 결과, 현대인들은 그들의 시간, 에너지 그리고 감정을 단시간 내에 직장 이익을 추구하는 것과 친밀한 가정생활을 유지하는 것에서 벗어나, 목적성이 없이 상대적으로 중요하지 않은 일에 투자할 의도를 가지기 시작한다. 이에 따라 올덴버그(Oldenburg)는 장소를 3 가지로 구분하였고 제 3 의 장소의 중요성을 제시하였다. 그중 제 1 의 장소는 집이고 제 2 의 장소는 직장이며 제 3 의 장소는 카페, 도서관, 서점, 커뮤니티 센터, 바 등과 같은 장소이다. 제 3 의 장소는 집과 현대 경제 생산의 ‘작업장’인 직장 밖에 있어 사람들이 모여 서로의 동반(同伴) 하에 즐기는 곳을 제공한다. 제 3 의 장소는 사회적 상호작용을 위한 독특한 공공공간으로서, 사교적, 자발적, 커뮤니티 구축 및 개인 정서 표현의 장소를 의미하고 집과 직장 밖에서 친밀한 개인적 유대관계를 통해 ‘현실과의 접촉을 유지’하는 수단이 되기도 한다(Oldenburg and Brisset, 1982).

제 3 의 장소는 집과 직장에서 벗어난 특수한 장소로서 다음과 같은 독특한 속성을 가진다. (1) 제 3 의 장소의 입장은 중립적이다. 모두를 환영하고 분위기가 특정 사람에게 장시간 주도되지 않는다. (2) 다양한 사회 계층과 경제적 계층의 사람들이 모두 참석 가능한 평등성을 가진다. (3) 대화가 주된 활동을 진행함으로써 대화는 항상 존재한다. (4) 신체적, 정책적과 경제적인 구분이 없이

누구나 접근할 수 있다. (5) 집 밖의 집과 같은 편안한 느낌 때문에 정기적으로 방문하는 사람이 있다. (6) 즐겁고 활발한 분위기를 가지고 재치가 있는 사용자가 주목을 받는다(Oldenburg, 1989).

이에 카페는 제 3의 장소의 한 가지로서, 독립적과 포용적인 입장 및 집 밖의 집과 같은 활기차고 재미있는 환경을 제공함으로써 신체적과 사회적인 차원에서 사용자의 장소 애착을 이루어지게 한다(Tumanan & Lansangan, 2012).

제 3 절 선행연구 고찰

본 연구에서 창업공간이자 카페인 창업카페의 내부 공간과 도시적 공간 물리적인 특성과 이용 행태를 탐구하고자 한다. 이에 본 연구의 연구 내용과 관련된 한국 국내외의 선행연구를 다음과 같이 ‘창업 공간의 특성’과 ‘카페의 이용’ 2개의 측면에서 고찰하고자 한다.

2.3.1 창업 공간의 특성에 관한 연구

현재 각각의 국가가 창업 공간에 대한 인식이 다르기 때문에, 창업 공간에 관한 선행연구를 한국과 해외로 나누어 고찰하였다.

그중 한국 국내 연구들의 연구 방법과 주용 내용은 [표 2-1]과 같다. 도시의 차원에서, 김은진(2013)은 스타트업이 성장하는 과정 중 주로 사용하는 창업 공간의 기능과 맡은 역할을 탐구하였고 스타트업 창업 공간의 특징을 도출하였다. 정다래(2018)는 국내외 대표적인 창업 공간의 지원 정책과 공간 특징을 결합하여 분석함으로써 정책과 도시 공간 2가지의 방면에서 창업 활성화 방안을 제시하였다.

건축의 차원에서, 이미래(2016)와 유수지(2017)는 코워킹 스페이스를 중심으로 창업 공간의 공간 요소와 공간 특성을 도출하고 설계 제안과 방향성을 제시하였으며 노승한 외 3명(2017)은 창업지원센터를 중심으로 공간구성의 중요 요소를 공간으로 구체화하였다.

연구자	연구명	주요 내용	연구 방법
김은진	스타트업의 창업 공간에 관한 연구 - 서울의 스타트업을 중심으로 - (서울대학교 석사, 2013)	서울의 스타트업이 법인 설립 시점 이전부터 공식적 기업이 될 때까지 성장하는 과정에 창업 공간의 기능과 역할을 조사하여 스타트업 창업 공간의 특징을 도출하고 정책 제안을 제출하였다.	현황 조사, 인터뷰, 설문조사
정다래	도시 내 혁신형 창업 활성화를 위한 지원 정책 및 공간에 관한 연구 - 런던과 파리를 중심으로 - (성균관대학교 석사, 2018)	한국 국내외 대표적인 창업 공간의 정부 지원 정책과 공간 특징을 정리하고 비교함으로써 공공의 전략과 공간 계획 특성 및 시설 운영방안을 제시하였다.	인터뷰, 사례 분석
이미래	스타트업을 위한 코워킹 스페이스 공간에 관한 연구 (홍익대학교 석사, 2016)	이론적 고찰과 국내외 사례분석을 통해 코워킹 스페이스의 요소를 도출하고 신촌동 자치회관을 대상으로 프로젝트 디자인을 제시하였다.	이론 정리, 사례 분석
유수지	코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 만족도 분석 - 서울시 내 무료로 이용 가능한 코워킹 공간 5 곳을 중심으로 - (한성대학교 석사, 2017)	코워킹 스페이스 내 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성을 분석하고 이용자 만족도 조사를 통해 국내 코워킹 공간의 방향성을 제시하였다.	문헌 조사, 설문조사

노승한 외 3명	창업자들의 창업공간 구성과 선호에 관한 연구 - 창업전문가 인터뷰 및 창업자 설 문 조사를 중심으로- (한국도시설계학회지, Vol.18 No.6, 2017)	창업지원센터를 중심으 로, 창업공간의 중요 요 소들을 구체화하며 업무 공간과 주거공간의 공간 수요 선호를 조사하여 창 업공간계획의 기본 방향 을 제시하였다.	사례 분석, 설문조사, 인터뷰
-------------	--	---	------------------------

[표 2-1] 창업 공간에 관한 한국 선행 연구

해외 창업 공간의 특성에 관한 연구의 경우는 아래의 [표 2-2]와 같다. Ignasi Capdevila(2015)와 Soerjoatmodjo G. 외 4명(2015)는 코워킹 스페이스를 중심으로, 창업 공간이 창업 과정 중에 맡은 역할과 창업자들의 지식 공유 장소 및 방식을 탐구하였다. 중국 선행 연구의 경우, 포우정(鮑宇廷) 외 1명(2018)은 중국 창업 공간을 정부 주도형 창업 공간과 시장 주도형 창업공간으로 구분하였으며, 강우군(姜宇君, 2016)은 중국 코워킹 스페이스를 공간 구조와 운영 방식에 따라 창업카페와 중창공간(眾創空間)을 포함하여 5 가지로 분류하고 설계 제안을 제시하였다. 마자천(馬子千, 2017) 과 이연빈(李延彬, 2017)은 중창공간(眾創空間)을 중심으로 중창공간(眾創空間)의 입지와 내부 공간 구조의 특징을 도출하였다.

연구자	연구명	주요 내용	연구 방법
Ignasi Capdevila	Coworking spaces and the localized dynamics of innovation in Barcelona (<i>International Journal of Innovation Management</i> , 19(3), 2015)	코워킹 스페이스는 창신 인재와 창신형 회사 간의 중개기관으로 공간, 프로젝트와 프로그램 4 가지의 방면에 양자의 상호작용을 추진한다는 것을 밝혔다.	참여관찰, 인터뷰

Soerjoatmodjo G. 외 4 명	Sharing workspace, sharing knowledge: Knowledge sharing amongst entrepreneurs in Jakarta co-working spaces (ICICKM, vol. 2015-January, p. 259-267, 2015)	자카르타 코워킹 스페이스 사용자를 대상으로 지식 공유를 진행하는 장소와 방식에 대한 인터뷰를 실시하고, 지식 공유 행위는 코워킹 스페이스의 작업 공간이 아닌 주로 점심과 저녁 후 키친 혹은 카페에 진행된다는 것을 밝혔다.	인터뷰
강우군 (姜宇君)	국내 Coworking 근무 방식 및 공간 설계에 관한 연구 (國內 Coworking 工作模式及其空間設計研究) (중국 화남이공대학교 석사, 2016)	코워킹 개념의 제출과 중국에 발전 역사를 정리하고 중국 코워킹 스페이스의 유형을 구분하며 코워킹 스페이스의 공간 구조, 운영 방식을 분석하여 설계 제안을 제시하였다.	문헌 조사, 사례 분석
마자천 (馬子千)	선전시 중창공간 건축설계 연구 (深圳眾創空間建築設計研究) (중국 선전대학교 석사, 2017)	건축설계의 시각에서 중창공간(眾創空間) 사용자의 이용 행태와 심리적 수요를 조사함으로써, 중창공간(眾創空間)의 공간 구조를 도출하고 설계 제안을 제시하였다.	사례 분석, 설문조사

이연빈 (李延彬)	중창공간의 입지 선택과 내부 공간 최적화 연구 —— 선전시(深圳市) 중창공간(眾創空間)의 입지와 내부 공간의 특징을 도출하며 중창공간(眾創空間) 입지 선택 모형을 제시하였다. (眾創空間的區位選擇及其內部空間優化研究——以深圳市為例) (중국 광저우대학교 석사, 2017)	중창공간(眾創空間)의 정의를 정리하고 선전시(深圳市) 중창공간(眾創空間)의 입지와 내부 공간의 특징을 도출하며 중창공간(眾創空間) 입지 선택 모형을 제시하였다.	전문가 평가(expert evaluation method), 설문조사, 사례 분석
포우정 (鮑宇廷) 외 1 명	공유 커뮤니티: 정부 주도형 창업공간 계획에 관한 연구——난징 자금과학기술 창업커뮤니티를 중심으로 (社區共享: 政府主導的創業空間規劃反思——以南京紫金科技創業社區為例) (共享與品質——2018 中國城市規劃年會論文集, 2018)	중국 창업 공간을 정부 주도형 창업 공간과 시장 주도형 창업공간으로 구분하고, 난징 자금과학기술 창업커뮤니티(南京紫金科技創業社區)를 중심으로 정부 주도형 창업 공간의 장단점을 도출하였으며 설계 시사점을 제시하였다.	사례 분석, 비교 분석, 설문조사

[표 2-2] 창업 공간에 관한 해외 선행 연구

전체적으로 말하면, 현재 창업 공간에 관한 선행 연구는 주로 도시 내 전체 창업 공간의 공간 특징과 지원 정책에 관한 연구, 코워킹 스페이스와 창업지원 센터를 중심으로 건축물 내부 공간 구성 요소 및 특징에 관한 연구로 진행되었다.

2.3.2 카페의 이용에 관한 연구

카페의 이용에 관한 선행 연구들은 참여관찰, 설문조사와 인터뷰를 통해, 카페 사용자의 소비 행위, 이용 행태, 이용 만족도 등을 파악하여 카페의 물리적,

사회적과 문화적 특성을 살펴보았다. 구체적인 내용은 다음 [표 2-3]과 같이 물리적, 사회적, 문화적 3가지의 연구로 구분하여 설명하도록 한다.

연구자	연구명	주요 내용	연구 방법
물리적 연구:			
이강희 외 1 명	카페의 공간 특성에 따른 이용 행태 영향요인에 관한 연구 (大韓建築學會論文集計劃系, 20 권, 8 호(통권 190 호), 2004)	제한된 카페공간에서 이용 자의 심리적 효과에 미치 는 실내공간의 물리적 특 성 차이에 따른 영향요인 을 비교 분석하였다.	문헌 조사, 설문조사
김덕수 외 1 명	카페 이용의 리듬분석 - 미국 텍사스 대도시 카페의 이용패턴을 중심으로 - (大韓建築學會論文集計劃系, 31 권, 6 호(통권 320 호), 2015)	'제 3 의 장소' 개념을 출발 점으로 하되 학생과 거주 민으로 이루어진 대도시 에 위치한 카페를 분석하 여 문맥 구체적인 '제 3 의 장소' 이용패턴의 특이점을 밝혔다.	참여관찰, 인터뷰
Yulia Nurliani Lukito 외 1 명	Experiencing contemporary c afés and changes in the cha racteristic of third places (IOP Conference Series: Earth a nd Environmental Science, vol. 126, issue 1, 2018)	대학교와 근무지역 내부 카페가 제 3 의 장소로서의 이용 특징을 탐구하여 카 페가 편하고 독립적인 공 간을 제공하며 현대적인 생활방식에 대해 포용성이 있다는 점을 밝혔다.	문헌 조사, 참여관찰
사회적 연구:			

하정미	한국 카페의 공간 생산에 관한 연구 (동의대학교 석사, 2012)	공간생산이론 분석들에 따라 부산시 서면 지역의 카페를 ‘공간적 실천’, ‘공간 재현’, ‘재현공간’ 3 가지의 차원에 분석하여 카페 공간이 현대사회에서 어떻게 생산되는지를 살펴보았다.	참여관찰, 설문조사, 인터뷰
김혜인	카페 공간의 사용화(私用化) 연구 - 역공간성을 중심으로 - (서울대학교 석사, 2018)	카페가 공공 공간으로서의 역할과 그 안에서 발생하는 사적 공간화 현상을 밝히고 카페가 도시와 도시인에게 어떤 의미인지를 살펴보았다.	문헌 조사, 참여관찰
Waxman L.	The Coffee shop: Social and physical factors influencing place attachment (Journal of Interior Design, vol. 31, issue 3, pp. 35-53, 2006)	카페 사용자가 카페에 대한 물리적과 사회적 측면의 평가를 조사하여, 카페가 모임 행위를 추진하여 장소애착도를 향상시킨다는 특징을 밝혔다.	참여관찰, 인터뷰, 설문조사
문화적 연구:			
황보경	카페의 이용 및 선택속성에 관한 연구 - 문화적 속성을 중심으로 - (경기대학교 석사, 2005)	10-30 대 카페 사용자의 이용 동기와 행태를 분석하고, 사용자 연령층에 따른 카페의 이용 만족도와 카페 문화적 속성에 영향을 미치는 요인을 도출하였다.	설문조사

엄하 (嚴霞)	청년의 카페 소비문화—— 귀양 시 청년의 카페 소비행위를 중심 으로 (青年的咖啡館消費文化——以貴 陽市青年的咖啡館消費為例) (중국 남경항공항천대학교 석사, 2016)	구이양시(貴陽市) 청년들이 카페에 진행하는 소비행위 와 목적을 분석하여 카페 가 구이양시(貴陽市) 청년 의 생활 중의 역할을 살펴 보았다.	참여관찰, 인터뷰
유화 (劉花)	연변 조선족 카페 소비문화 연구 (延邊朝鮮族咖啡消費文化研究) (중국 연변대학교 석사, 2018)	연길시(延吉市) 카페 내 조 선족의 소비행위를 중심으 로 조선족 카페 소비 문화 와 소비 문화의 취향을 살 펴보았다.	문헌 조사, 참여관찰, 인터뷰

[표 2-3] 카페의 이용에 관한 선행 연구

첫째, 물리적 연구의 경우, 이강희 외 1 명(2004)은 카페 실내공간이 이용자의 심리적 효과에 영향을 미치는 요인을 도출하였고 김덕수 외 1 명(2015)은 시간 에 따른 카페 내부 각 공간에 나타나는 이용 패턴의 변화를 분석하였으며 Yulia Nurliani Lukito 외 1 명(2018)은 통신 기술의 발전에 따라, 카페는 현대 ‘제 3 의 장소’로서 물리적과 가상적 2 가지의 공간 특징을 가진다는 것을 밝혔다.

둘째, 사회적 연구의 경우, 하정미(2012)는 공간생산이론에 따라, 사회문화적 시각에서 카페 공간이 현대사회에서 어떻게 생산되는지를 살펴보았으며 김혜인 (2018)은 카페의 공공성과 사유화를 논의함으로써 카페가 도시에서 맡은 역할 을 탐구하였다. 또한 Waxman L.(2006)은 카페가 모임 행위를 추진함으로써 장 소 애착도를 향상시킨다는 것을 도출하였다.

셋째, 문화적 연구의 경우, 황보경(2005)은 카페 문화적 속성에 영향을 미치 는 요인을 도출하였다. 엄하(嚴霞, 2016)와 유화(劉花, 2018)는 소비행위와 목적

을 조사하여, 중국 구이양시(貴陽市) 청소년과 연길시(延吉市) 조선족의 소비문화를 살펴보았다.

제 4 절 연구의 차별성 및 필요성

앞부분에서 한국 국내외 창업 공간의 특성과 카페의 이용에 관한 선행 연구를 고찰한 결과, 선행 연구의 한계점은 다음과 같은 3가지가 있다:

첫째, 창업카페에 관한 인식이 부족하였다는 것이다. 창업 공간에 관한 연구의 경우, 연구 대상은 일반적으로 도시 내 전반적인 창업 공간을 통괄적으로 분석하거나 코워킹 스페이스, 창업지원센터, 한 가지의 중창공간(眾創空間)을 중심으로 검토되었다. 그중 중국 선행 연구에서 창업카페가 코워킹 스페이스와 같은 한 가지의 창업 공간으로 언급되었지만, 창업카페에 대한 전면적인 인식과 심층 연구는 부족하다.

카페의 이용에 관한 연구의 경우, 연구 대상은 제한된 지역 내부의 일반적 카페를 중심으로 데이터를 수집하였다. 카페 유형의 다양성에 대한 고려가 부족하였기 때문에 창업카페의 경우가 포함되지 않았다. 그러므로 창업카페에 관한 인식이 부족함으로 인해, 창업 공간에 관한 연구와 카페의 이용에 관한 연구에서는 ‘창업’과 ‘카페’에 대해 전반적으로 고려한 창업카페에 대한 연구가 부족하였다.

둘째, 카페의 입지가 카페의 이용 패턴에 미치는 영향에 관한 고려는 부족하였다는 것이다. 입지가 다름으로 인해 카페 주요 사용자가 다르고, 이에 카페의 이용 패턴은 다양성을 가진다. 카페의 이용에 관한 선행 연구 중, 연구 대상 카페는 주로 대학교 주변, 도심상권, 역세권에 위치한다. 그렇다면 선행 연구에서 검토된 지역 이외 다른 장소적 문맥을 가지는 지역에 위치하는 카페의 이용 패턴을 살펴보는 것은 의미가 있다고 판단된다.

마지막으로, 카페 사용자의 이용 행태를 세부적으로 분류하지 않았다는 것이다. 선행 연구 중 참여관찰을 통해 사용자의 이용 행태를 기록하였고 이용 행태는 ‘일과 관련된 행태’와 ‘일과 관련되지 않은 행태’ 2 가지로 구분하였다. 이에

비해 더 구체적인 이용 행태에 대한 기록이 부족하여 이용 행태에 대한 세부적인 구분을 하지 않았다.

이에 본 연구는 창업카페에 초점을 두었고 창업 활동이 활발하게 진행되는 첨단기술산업단지를 대상으로 선정하여, 그 안에 창업카페의 공간적 특성과 사용자 이용 행태를 살펴보았다. 또한 이용 행태의 경우, 선행 연구 중 이용 행태를 구분하는 ‘일과 관련된 행태’ 및 ‘일과 관련되지 않은 행태’의 틀에서 더 나아가, 본 연구에서는 첨단기술산업단지의 장소적 문맥에 의해 창업카페의 이용 행태를 더 세분적으로 구분하여 각 이용 행태가 카페의 이용에 대한 영향을 살펴보았다.

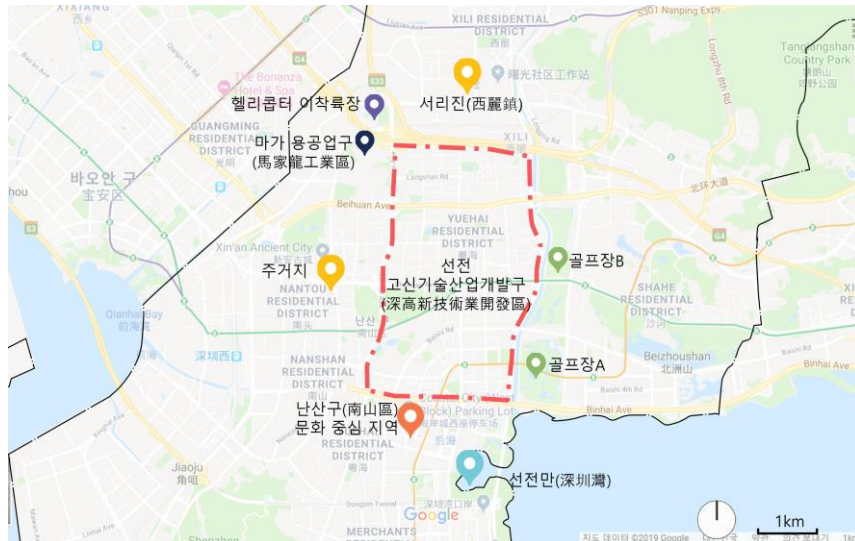
이를 통해 본 연구는 첨단기술산업단지 내부 창업 공간과 카페의 결합체인 창업카페의 공간적 특성과 이용 패턴을 분석함으로써 창업카페의 정체성에 접근하였다. 이는 창업 공간과 카페 이용에 관한 연구의 부족을 보충한 뿐만 아니라 오늘날 창업 활동이 활발하게 진행되고 있다는 배경 하에 나타난 새로운 장소인 창업카페의 정체성을 발굴하는 점에 의미를 가진다.

제 3 장 분석의 틀

제 1 절 연구 대상지 및 연구 대상

3.1.1 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)

선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)는 선전 고신구(深圳高新區)라고도 한다. 입지는 [그림 8]과 같이 선전시(深圳市) 난산구(南山區) 중부에 위치하고 동쪽은 2 개의 골프장과 인접해 있으며 서쪽은 헬리콥터 이착륙장, 마가 용공업구(馬家龍工業區), 난산구(南山區) 중심 주거지와 인접해 있다. 북쪽은 서리진(西麗鎮) 중심지역과 인접해 있으며 남쪽은 선전만(深圳灣), 난산구(南山區)의 문화 중심 지역과 인접해 있다. 총면적은 11.52km²이다.

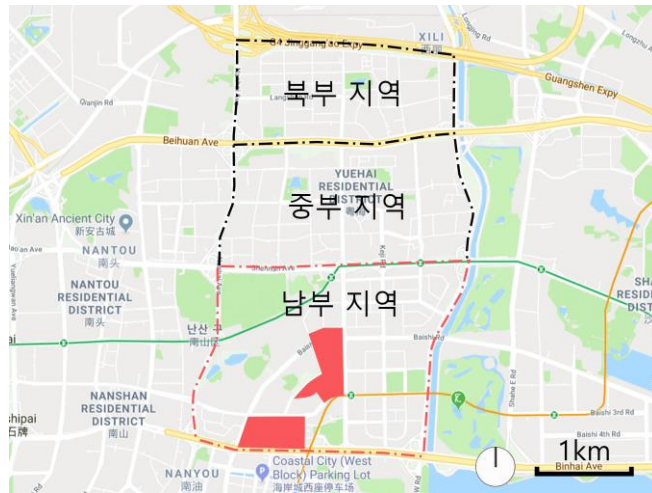


[그림 8] 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區) 주변 지역 기능 예시도

선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)는 1986 년에 건설된 선전 과학기술산업원(深圳科技產業園)에서 발전되었다. 1986 년 선전시(深圳市) 정부,

중국 과학기술연구원과 광둥성(廣東省) 국제 신탁 투자회사가 합자하여 3km²의 선전과학기술산업원(深圳科技產業園)을 건설하였다. 선전시(深圳市) 산업이 노동 집약형에서 기술 집약형과 지식 집약형으로 발전하는 시기에, 선전과학기술산업원(深圳科技產業園)은 지식과 기술 집약 제품에 관한 연구개발과 생산 활동을 진행하는 종합적인 단지로 건설되었다.

선전시(深圳市)의 도시 발전에 따라, 도시 경계부에 위치하였던 선전과학기술산업원(深圳科技產業園)은 주변으로 완비한 기반시설들이 건설됨으로써 도시지역의 한 부분으로 발전하였다. 또한 1992 년 선전시(深圳市)는 고신기술산업(高新技術產業)으로 도시를 건설하자는 목표를 제출하였다. 이에 1996 년, 선전시(深圳市) 정부는 선전과학기술산업원(深圳科技產業園)과 그의 인근 산업단지를 선전시 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)로 합병하여 중국 국가급(國家級) 5 대 과학기술단지 중의 하나로 건설하기 시작하였다. 그때부터 많은 첨단기술기업은 여기에 연구개발 센터를 건설하며 대학교, 연구원, 산업기술개발센터와 국가 중점 실험실 등의 연구개발 시설이 정부 주도하에 건설되었고 이에 따라 과학기술 중소기업에게 제공되는 서비스 플랫폼이 건설되기 시작하였다. 더불어 ‘대중창업, 만중창신(大眾創業, 萬眾創新)’의 열풍하에 많은 중창공간(眾創空間), 인큐베이터와 같은 공공서비스 플랫폼이 선전시 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)에 입지를 잡고 활발한 창신창업활동이 여기에서 진행되어 있다. 이에 선전시 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)는 창신·창업 활동 중심지역으로 발전하였다.



[그림 9] 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)의 지역 구분 및 대상지 예시도

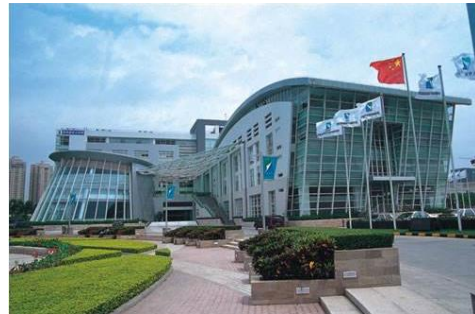
현재의 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)는 [그림 9]와 같이 크게 북부, 중부, 남부 3 개의 지역으로 나누어 있다. 북부 지역은 광전기 분야의 생산형 산업단지이며 중부 지역은 신소재, 생물 공학, 컴퓨팅을 주요 산업으로 발전하는 산업단지이다. 남부 지역은 전자 정보를 주요 산업으로 발전하는 동시에 전체 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)의 관리, 교육, 연구개발, 정보, 전시 및 상업 중심 지역이다. 그러므로 본 연구의 대상지를 [그림 9]와 같이 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)의 남부 지역에 위치하는 사이버대학원(虛擬大學園)과 소프트웨어산업기지(軟件產業基地)로 선정하였다.

3.1.2 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)

선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)은 1999 년 선전시 정부가 중국 국내외 명문 학교와 연구원을 선전으로 흡인하려 건설한 창신형 산학연 단지이다. 현재 중국 대륙의 대학교 44 개, 홍콩의 대학교 6 개, 해외 대학교 7 개, 중국 연구원 3 개가 사이버대학교에 가입하였고 15 개의 대학교 산학연 빌딩이 건설되었다 [그림 10-11].



[그림 10] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 사진 1



[그림 11] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 사진 2

선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)의 기능은 크게 ‘플랫폼 제공’과 ‘창신 서비스 제공’ 2 가지로 나누어 있다. 한편으로 명문 대학교 자원을 활용하여 첨단 인재의 양성 플랫폼을 제공한다. 다른 한편으로 첨단기술 자원을 활용하여 과학 연구성과 산업화 플랫폼으로서 창신 서비스와 창신자원을 제공하고 연구성과 산업화 및 국내외 교류 협력을 추진함으로써 선전시 과학기술 혁신 능력 발전의 원동력을 제공한다.

일반적으로 전통 대학교는 주로 기초 연구를 진행하여 ‘지식의 혁신’에 집중하며, 첨단기술기업들은 주로 응용 연구를 진행하여 ‘기술의 혁신’에 집중한다. 그러나 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)의 대학교는 기초 연구일 뿐만 아니라 과학기술 연구성과 산업화에 관한 연구도 많이 진행한다. 이를 통해, 사이버대학원(虛擬大學園)은 대학교의 혁신 영역을 확장하고 선전시(深圳市)의 시장과 기업의 수요에 맞추고 대학교의 학술적인 우세와 선전시(深圳市)의 시장환경 우세를 결합한다.

또한 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)의 건설 방식은 ‘일원다교, 시교공건(壹園多校, 市校共建)’이다. ‘일원다교, 시교공건(壹園多校, 市校共建)’의 뜻은 1 개의 캠퍼스 안에 여러 개의 대학교가 위치하고 선전시(深圳市) 정부와 대학교들이 공동적으로 건설 주체로서 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)을 관리한다는

것이다. 이와 같이, 정부와 대학교 간의 협력을 통해, 과학기술 연구성과 산업화, 중소기업 인큐베이션 및 첨단 인재 양성 활동이 활발하게 진행되고 있다.

3.1.3 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)

선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)는 소프트웨어 및 정보기술 기업을 위해 건설된 전면적인 공공서비스 플랫폼이며, 선전시(深圳市) 소프트웨어 산업, 정보기술 산업 집적 단지이다. 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)는 2010 년 9 월에 건설되기 시작하여 2014 년 3 월에 정식으로 사용되기 시작하였다. 총면적은 12.3 만 m^2 이고 용적률은 4.34 이다. 연면적은 62.84 만 m^2 이고 그중 근무 시설의 연면적이 37.52 만 m^2 이고 주거시설의 연면적이 5.86 만 m^2 이며 상업시설의 연면적이 1.42 만 m^2 , 그리고 식당의 연면적이 0.38 만 m^2 이다. 2014 년까지 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)는 총 248 개의 기업을 유치하였다. 그중 세계 상위권 500 개 기업인 삼성 통신 설비 연구원, 한국 SK 그룹 생명 건강 회사, 구글 체험 센터가 포함되며 중국 소프트웨어 및 정보기술 업계 우수 기업과 상장회사도 흡인되었다 [그림 12-13].



[그림 12] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 사진 1



[그림 13] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 사진 2



[그림 14] 선전만창업광장(深圳灣創業廣場) 사진 1



[그림 15] 선전만창업광장(深圳灣創業廣場) 사진 2

또한 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 창신·창업 공간을 언급하면, 선전만창업광장(深圳灣創業廣場)이 가장 중요한 역할을 가진다. 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 중심부에 선전만창업광장(深圳灣創業廣場)이 배치되었고 세로로의 선전만창업광장(深圳灣創業廣場)과 가로로의 금융거리와 교차하는 사거리에 창업투자빌딩이 배치되었다. 이 3 가지의 공간 요소는 선전시 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 주요 창업 서비스 플랫폼으로서 스타트업 기업에게 전체 주기의 서비스를 제공한다 [그림 14-15].

선전만창업광장(深圳灣創業廣場)은 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 창신·창업 테마 거리로 건설되었고 현재까지 선전만창업광장(深圳灣創業廣場)에 30 여 개의 인큐베이터와 창업 서비스 기관이 입주하였다. 선전만창업광장(深圳灣創業廣場)은 ‘전문화 인큐베이션’, ‘창업 투융자’ 및 ‘아이디어 거래’ 3 가지의 핵심적 서비스를 제공하며 ‘창업 교류’, ‘창업 전시’, ‘창업 매개’, ‘창업 교육’, ‘창업 액셀러레이터’ 및 ‘기반시설’ 6 가지의 기능을 가짐으로써 전면적인 창신·창업 서비스를 제공한다.

제 2 절 조사 방법 및 분석 내용

본 연구에서는 카페의 공간 특징을 살펴보기 위해 현장 조사를 실시하고 지도 분석과 결합하여 분석하였고 카페 사용자의 이용 행태 특징을 도출하기 위해 참여관찰을 실시하였고 사용자를 대상으로 설문조사와 반구조적인 인터뷰를 진행하였으며 운영 방식을 파악하기 위해 카페 매니저를 대상으로 심층 인터뷰를 실시하였다. 구체적인 조사 방법과 분석 내용은 다음과 같다.

3.2.1 지도분석

창업카페의 공간 특성을 살펴보기 위하여 각 연구 대상 카페의 도시적 입지, 주변 시설과 실내공간을 분석하였다. 그중, 실내공간의 고찰은 현장 조사를 통해 조사의 데이터를 바탕으로 도면을 그려서 도면 분석을 통해 진행하였으며, 도시적 입지와 주변 시설 고찰은 지도분석을 통해 진행하였다. 본 소절에는 현장 조사를 생략하여 지도분석을 중심으로 설명하도록 한다.

도시적 입지에 대한 고찰의 경우, 우선 구글지도와 중국 국내의 대중 지도 웹 사이트 바이두지도(百度地圖)를 사용하여 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 입지를 파악하고 공통적인 입지 특징을 도출하였다. 다음 본 연구의 대상지에 집중하여 연구 대상 카페의 입지와 주변 지역의 용도를 분석하여 구체적으로 연구 대상 창업카페의 입지 특징을 살펴보았다.

주변 시설에 대한 고찰의 경우, 중국 국내의 대중 지도 웹 사이트 고덕(高德) 지도와 이의 지리적 데이터를 시각화 할 수 있는 고덕(高德) 데이터 오픈 플랫폼

폼²⁾을 활용하였다. 우선, 플랫폼에서 제공하는 ‘web 서비스 API(web 服務 API)’ 서비스를 사용하여 본 연구에 필요한 각 종류의 주변 시설 POI 데이터를 받는다. 다음으로 JSON 형식으로 받은 POI 데이터를 CSV 형식³⁾으로 전환한 뒤, 고덕(高德) 데이터 오픈 플랫폼이 제공하는 ‘데이터 시각화’ 서비스를 통해 주변 시설의 종류에 따라 주변 시설의 위치를 지도에서 표시한다. 이처럼, 고덕(高德) 데이터 오픈 플랫폼을 통해 제작된 주변 시설 지도를 참고하고 주변 시설의 분포를 분석하였다.

3.2.2 참여관찰

선정된 연구 대상 카페 4 개의 이용 패턴을 조사하기 위해 참여관찰을 진행하였다. 조사 시간은 2019 년 3 월 18 일(월요일)부터 2019 년 3 월 24 일(일요일)까지 일주일이다. 연구 대상 카페는 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區) 내에 위치하기 때문에 지역 문맥을 고려하여 시간에 따라 카페의 이용 행태가 다르다고 예상하였다. 그러므로 세부적으로 일주일을 평일과 주말로 나누었으며 [표 3-1]에 표시된 각 카페의 영업시간에 따라 [표 3-2]와 같이 영업시간을 5 개의 시간대로 구분하였다. 그중 주말의 경우, Starbucks 의 주말 영업시간 조절로 인해 주말 제 5 번 시간대는 무효로 처리되었다.

2) 고덕(高德) 데이터 오픈 플랫폼(<https://lbs.amap.com>)은 고덕(高德) 지도의 엘비에스, 지도 편집 시스템, 내비게이션 시스템, LBS 서비스 등의 전문적인 서비스와 시스템을 대중 개발자에게 개방하여 유료 혹은 무료로 자유 편집할 수 있는 지도 데이터 오픈 서비스 플랫폼 웹 사이트이다.

3) Json 는 웹과 컴퓨터 프로그램에서 용량이 작은 데이터를 교환하기 위해 데이터 객체를 속성 · 값의 쌍 형태로 표현하는 형식이며, CSV 는 몇 가지 필드를 쉼표(,)로 구분한 텍스트 데이터 및 텍스트 파일이다.(출처: 네이버 지식 백과)

이러한 방식에 따라 일주일 동안 총 33 회의 조사 시점으로 참여관찰을 진행하였다. 각 조사 시점에 연구 대상 카페를 방문하여 당시의 테이블 점유율, 카페 사용자 이용 행태와 해당 행태가 발생하는 위치를 조사하여 기록하였다.

카페 이름	영업시간	
Sanyou Coffee	8:30-22:00	
Dots Coffee	9:00-23:00	
Starbucks	7:00-20:00 (평일)	10:00-18:00 (주말)
Inno Valley	9:00-21:00	

[표 3-1] 카페의 영업시간

시간대 번호	시간 구분
1	8 : 00-11 : 00
2	11 : 00-13 : 00
3	13 : 00-17 : 00
4	17 : 00-20 : 00
5	20 : 00-23 : 00

[표 3-2] 시간대 구분

다음 단계, 참여 조사의 기록을 엑셀 파일로 정리하였다. 엑셀 소프트웨어의 통계 기능을 활용하여 데이터를 통계 도면으로 표시하여 ‘요일’, ‘시간대’, ‘이용 행태’에 따른 테이블 점유율을 분석하였다. 그중 이용 행태의 경우, ‘W 행태(일과 관련된 행태)’와 ‘N-W 행태(일과 관련되지 않은 행태)’로 구분하여 분석한 뒤에 2 가지 유형의 이용 행태를 기록된 이용 행태에 의하여 세부적인 구분을 하여 분석하였고 창업카페와 일반적 카페의 비교 분석을 하였다.

3.2.3 설문조사

선정된 연구 대상 카페 사용자의 이용 행태를 조사하기 위해, 각 카페의 사용자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사 실시 시간은 2019 년 3 월 18 일(월요일)부터 2019 년 3 월 24 일(일요일)까지 일주일이며 앞 [표 3-2]에 표시된 시간대에 의하여 하루의 조사시간을 5 개의 시간대로 나누어 조사를 진행하였다.

설문지 내용은 크게 ‘이용 행태’, ‘선호 기준’, ‘일반적 사항’ 3 개의 부분으로 구성되었다. 우선, 이용 행태에 관한 문항은 ‘접근 방식과 노선’과 ‘평소에 카페를 이용하는 행태’ 2 가지의 부분으로 구성되었다. ‘접근 방식과 노선’에 대한 문항은 ‘어디서 이 카페에 오는지’ ‘카페에 접근하는 교통 수단’과 ‘접근 소요 시간’ 등의 내용이다. ‘평소에 카페를 이용하는 행태’에 관한 문항은 ‘카페에 방문하는 빈도’ ‘방문 시간과 이용 시간’ ‘동반 유무’, ‘이용 목적’ ‘평균 소비 수준’ 등의 문항으로 구성된다.

다음으로 ‘선호 기준’에 관한 문항은 선호기준에 따라 중요시하는 요소에 관한 선택식 주관적 문제와 연구 대상 카페에 관한 평가이다. 평가의 내용은 주로 해당 카페의 음식, 분위기, 교통 편리성, 가격, 프로그램과 행사에 관한 평가와 카페가 사업적이거나 생활적으로 도움이 되는 정도, 카페에 대한 애착도와 충성도이다. 이에 사용자가 이 카페를 선택하는 이유와 카페에 대한 인식 정도를 파악하고자 한다.

마지막으로 일반적 사항에 관한 문항은 설문 작성자의 연령, 학력, 소속과 직업, 소득에 대한 기본적인 조사이다. 설문작성자의 일반적 사항에 따라 이용 패턴의 차이점과 부동한 사용자에게 연구 대상 카페는 어떠한 역할을 맡고 있는지를 파악할 수 있을 것이다.

설문조사를 실시한 뒤 설문지를 회수하여 데이터를 엑셀 파일로 정리하여 엑셀의 통계 기능을 사용하고 분석을 진행하였다. 분석 결과를 한 가지의 부수적인 내용으로 참여관찰과 인터뷰의 분석 내용을 비교함으로써 분석 결과의 객관성을 확보하였다.

3.2.4 인터뷰

연구 대상 카페의 매니저를 대상으로 1 시간의 심층 인터뷰를 실시하였다. 인터뷰 전에 인터뷰 대상의 허락을 받은 뒤 인터뷰의 내용을 녹음하였고 조사 후 내용을 문자로 정리하였다. 인터뷰 내용의 틀은 아래 [표 3-3]과 같이 구성되었으며 일부 문제는 각 연구 대상 카페의 실제 운영 및 사용 현황에 따라 세부적으로 조절되었다.

분류	문제 내용	
사용자 이용 현황	사용자가 가장 많은 시간은 어떻게 됩니까?	
	오전, 점심, 오후, 저녁, 야간에 대부분 사용자의 연령과 직업 어떻게 됩니까?	
	단골 고객이 있으십니까? 어떤 고객입니까? (연령, 직업, 방문 시각 및 머무는 시간, 진행하는 활동)?	
운영 현황 및 방식	수익	수익이 잘 되십니까?
		어떻게 수익을 얻으십니까? 전체 수익은 100%라면 그중에 각 유형의 수입이 차지하는 비율은 어떻게 됩니까?
		인터넷, 전화, 핸드폰 app 등의 수단인 주문을 받으십니까? 대부분 어디로 배달하십니까?
	창업 서비스	본 카페가 제공하는 창업 서비스는 어떻게 됩니까?
		본 카페에서 창업에 관한 행사를 자주 진행하십니까? 일반적으로 언제 진행하십니까?
		행사 참가자는 일반적으로 몇 명입니까? 참가자는 어떤 사람입니까? (연령, 직업)
		어떤 형식으로 행사를 진행하십니까?
		인기가 많았던 행사는 무엇입니까?
임대료 및 정부 지원	여기에 입주하는 이유가 무엇입니까?	
	임대료가 어떻게 되십니까?	
	정부 지원을 받으십니까? 어떤 지원을 받고 계십니까?	
	정부 지원의 기준이 무엇입니까?	
장단점	본 카페가 주변 카페에 비해, 그의 장점은 무엇이라고 생각하십니까?	
	현재 가장 고민되는 문제점은 무엇입니까?	
	향후 본 카페의 발전 방향은 어떠십니까?	

[표 3-3] 인터뷰 내용의 틀

한편 설문조사를 진행하는 과정 중, 일부 창업카페 사용자를 대상으로 반구조적인 인터뷰를 실시하였다. 인터뷰 내용은 구체적인 틀이 없고 크게 사용자의 일상 근무 패턴, 창업카페의 공간과 프로그램에 관한 수요, 창업카페에 관한 평가 등으로 진행되었다. 인터뷰 전에 인터뷰 대상의 허락을 받은 뒤 인터뷰의 내용을 녹음하였고 조사 후 내용을 문자로 정리하였다. 또한 중국 국내 신뢰도가 높은 온라인 상가 평가 웹 사이트인 ‘대중점평(大眾點評, 사이트 주소: <http://www.dianping.com/>)’에 사용자들이 올린 평가 내용을 참고하여 인터뷰 내용으로 정리하였다. [그림 16]과 같이 대중점평(大眾點評) 웹 사이트에 상가(商家) 이름을 검색하면 해당 상가(商家)의 일반적 사항(이름, 주소, 연락처, 전체 평가 등등), 메뉴(웹 전용 할인 세트와 전체 메뉴), 사용자 평가와 평가 키워드, 그리고 주변 기타 상가(商家) 추천 등의 정보를 알 수 있다. 이에 연구 대상 카페의 이름을 검색하여 각 카페의 ‘사용자 평가 및 키워드’에 집중하여 사용자의 전체 평가 상황을 살펴보았다.

제 4 장 창업카페의 내부 공간 분석

제 1 절 창업카페의 실내 공간 분석

본 연구는 창업카페의 내부 공간과 도시적 공간 2 개의 방면에서 창업카페의 정체성을 탐구하고자 한다. 우선 창업카페의 내부 공간 특성을 파악함으로써 창업카페가 일반적 카페에 비해 가지는 특별한 장소성을 도출하도록 한다. 이를 통해 창업카페의 한 가지 장소로서의 특수성을 밝힐 수 있고 창업카페는 일반적 카페에서 분리되어 한 가지의 새로운 장소로 인식될 수 있다. 그 다음으로 도시적 차원에서 이러한 장소성을 가지는 창업카페가 선호하는 도시적 공간의 특성을 살펴봄으로써 창업카페의 운영과 발전에 필요한 도시 공간의 특성을 탐구하고자 한다.

본 장에서 창업카페의 내부 공간 특성을 연구하기 위해, 선정된 대상지별로 나누어서, 같은 대상지에 위치하는 창업카페와 일반적 카페를 비교 분석하여 창업카페의 내부 공간 특성을 탐구하고자 한다. 구체적으로 본 장의 분석 내용은 ‘실내 공간 구조’, ‘사용자 이용 행태’와 ‘운영 방식’ 3 개의 방면에서 Sanyou Coffee 와 Inno Valley 2 개의 창업카페가 공통적으로 갖추는 내부 공간 특성을 정리하여 도출하고자 한다.

4.1.1 Sanyou Coffee 및 Dots Coffee

제 3 장에서 소개된 대상지는 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)과 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)이다. 우선 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)을 중심으로 창업카페와 일반적 카페의 비교 분석을 진행하고자 한다. 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)에서 선정된 카페는 창업카페 Sanyou Coffee 와 일반적 카페 Dots Coffee 이다. [그림 17]과 같이 Sanyou Coffee 와 Dots Coffee

는 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)의 남부에 위치해 있다. Sanyou Coffee 는 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 대학교 산업화 종합 빌딩(深圳虛擬大學園院校產業化綜合樓)이라는 협동 연구개발 빌딩의 1 층에 위치하며, Dots Coffee 는 대학교 산학연 빌딩 중의 하나, 즉 난징대학교 선전 산학연기지(南京大學深圳產學研基地)의 1 층에 위치해 있다. 본 소절에서 Sanyou Coffee 와 Dots Coffee 각자의 내부 공간 구조를 살펴보도록 한다.



[그림 17] Sanyou Coffee 와 Dots Coffee 의 위치도

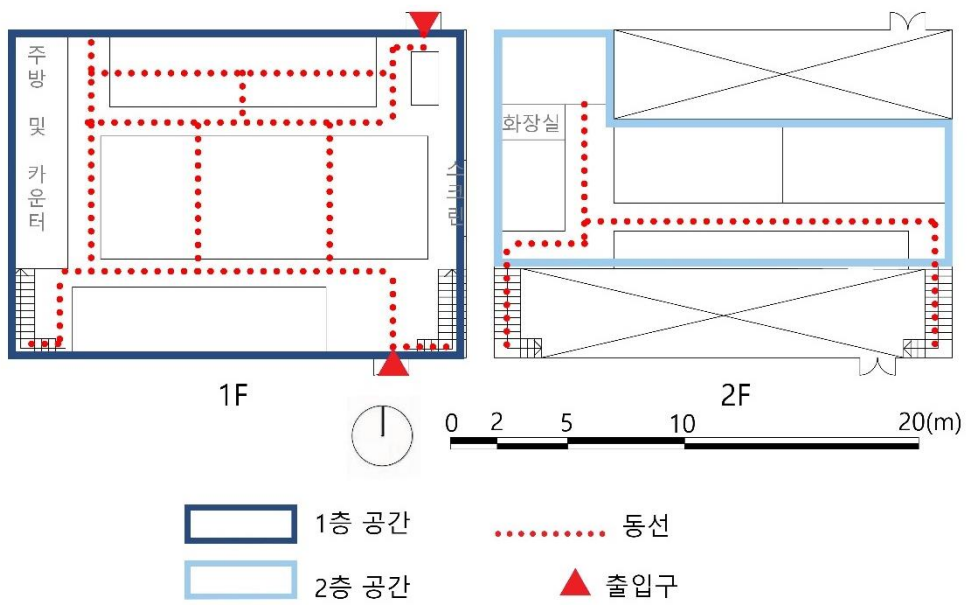
우선 Sanyou Coffee 의 경우, Sanyou Coffee 내부 공간 구조를 아래 [그림 18]과 같이 표시하였다. Sanyou Coffee 는 총 2 층의 카페이고 총면적은 419.1m^2 이다. 그중 1 층의 면적은 273.8m^2 이며 2 층의 면적은 145.3m^2 이다. 또한 카페에서 제공되는 테이블과 자리의 유형에 따라 사용자가 진행하는 활동이 다를 것을 예상하였기 때문에 [그림 19]와 같이 Sanyou Coffee 의 내부 테이블

유형에 따라 공간을 구분하였고 각 테이블 유형이 구성하는 공간의 면적과 전체 유형인 카페 테이블 공간 중 차지하는 비율을 [표 4-1]과 같이 계산하였다.

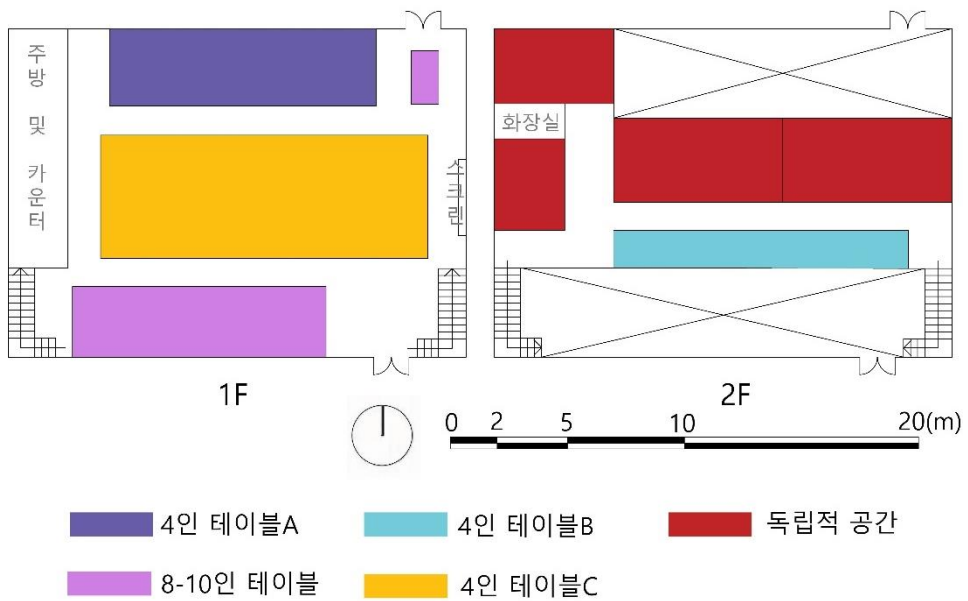
[표 4-1]에 의하여 Sanyou Coffee 의 실내공간 중 독립적 공간과 4인 테이블 C로 구성된 공간의 면적이 가장 크다는 것을 알 수 있다. 4인 테이블 C는 자유롭게 배치될 수 있는 4인 테이블이다. 평소에는 일반적 테이블로 쓰이며, 특정한 활동이 있을 때에 동쪽 벽면의 프로젝터와 함께 활용되어 많은 사람들이 같이 사용할 수 있는 회의장과 같은 하나의 큰 공간을 구성할 수 있다. 독립적 공간은 3개의 회의실과 같은 작은 반투명한 유리방으로 구성된다. 내부에 10-20명이 동시 사용할 수 있는 큰 테이블이 있고 프로젝터와 화이트 보드 등의 회의 용품을 제공하고 있다. 사용자가 시간제로 임대할 수 있는 유연한 기능을 갖춘 공간이다.

위치	총면적(m ²)	공간 유형	공간 면적(m ²)	비율
1층	273.8	4인 테이블A	37.5	15.2%
		8-10인 테이블	35.6	14.4%
		4인 테이블C	73.4	29.7%
2층	145.3	4인 테이블B	20.2	8.2%
		독립적 공간	80.7	32.6%
총계	419.1	—	247.4	100.0%

[표 4-1] Sanyou Coffee 의 각 공간의 면적 계산표



[그림 18] Sanyou Coffee 내부 공간 구조 및 동선 분석도



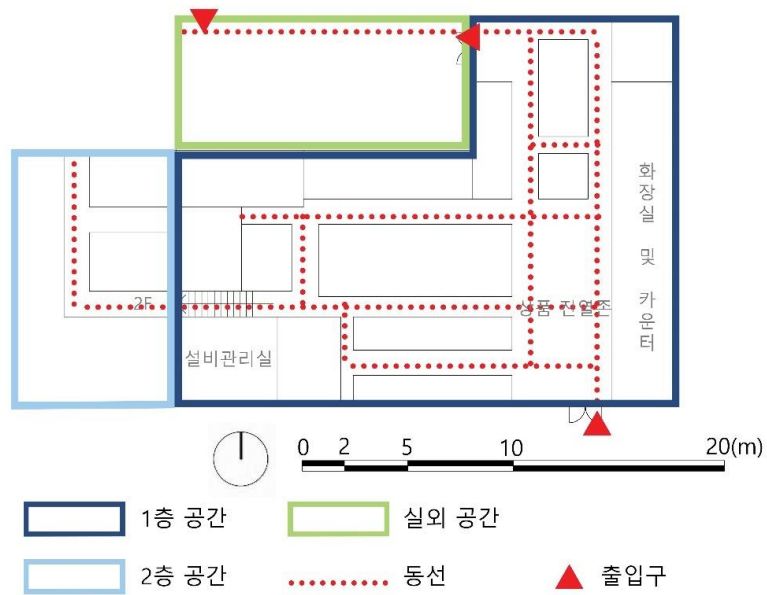
[그림 19] Sanyou Coffee 내부 공간 유형 분포도

다음으로 Dots Coffee 의 경우, 내부 공간 구조는 아래 [그림 20]과 같이 1 층 공간의 왼쪽에 2 층이 있으며 왼쪽 앞에 실외 공간이 배치되어 있다. Dots Coffee 의 총면적은 531.4m²이다. 그중 1 층 실내 면적은 349.3m²이고 실외 면적은 86.8 m²이며 2 층의 면적은 95.2m²이다. 또한 [그림 21]과 같이 각 테이블 유형이 구성하는 공간의 면적과 전체 카페 공간 중 차지하는 비율은 [표 4-2]와 같이 계산되었다.

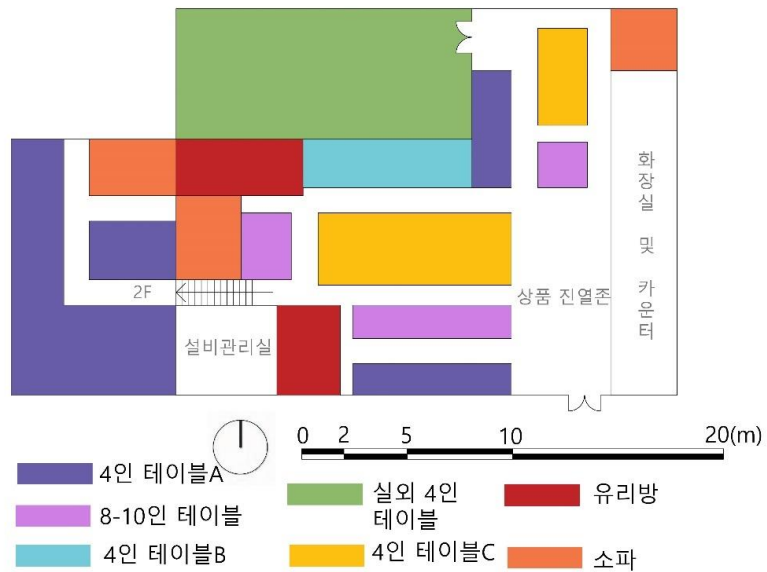
위치	총면적(m ²)	유형	공간 면적(m ²)	비율
1층	349.3	4인 테이블A	10.4	3.4%
		8-10인 테이블	19.6	6.4%
		4인 테이블B	23.1	7.5%
		4인 테이블C	42.3	13.7%
		유리방	29.0	9.4%
		소파	21.6	7.0%
2층	95.2	4인 테이블A	64.6	20.9%
		소파	11.1	3.6%
실외	86.8	실외 4인 테이블	86.9	28.2%
총계	531.4	——	308.6	100.0%

[표 4-2] Dots Coffee 의 각 공간의 면적 계산표

[표 4-2]에 의해 Dots Coffee 중 실외 4인 테이블과 4인 테이블 A로 구성된 공간의 면적 비율은 각 28.2%와 24.3%로 가장 높다. 테이블 A는 일반적 카페에 흔한 간단한 의자와 테이블로 구성되는 보통 4인테이블이며 실외 4인테이블은 원형 테이블 주변에 의자를 자유롭게 인원수에 따라 수량을 조절하여 배치될 수 있는 테이블이다. 또한 Dots Coffee 의 테이블 공간 유형을 보면 Dots Coffee 에서 다양한 유형의 테이블이 제공됨으로써 다양한 공간이 제공되고 있다는 것을 알 수 있다.



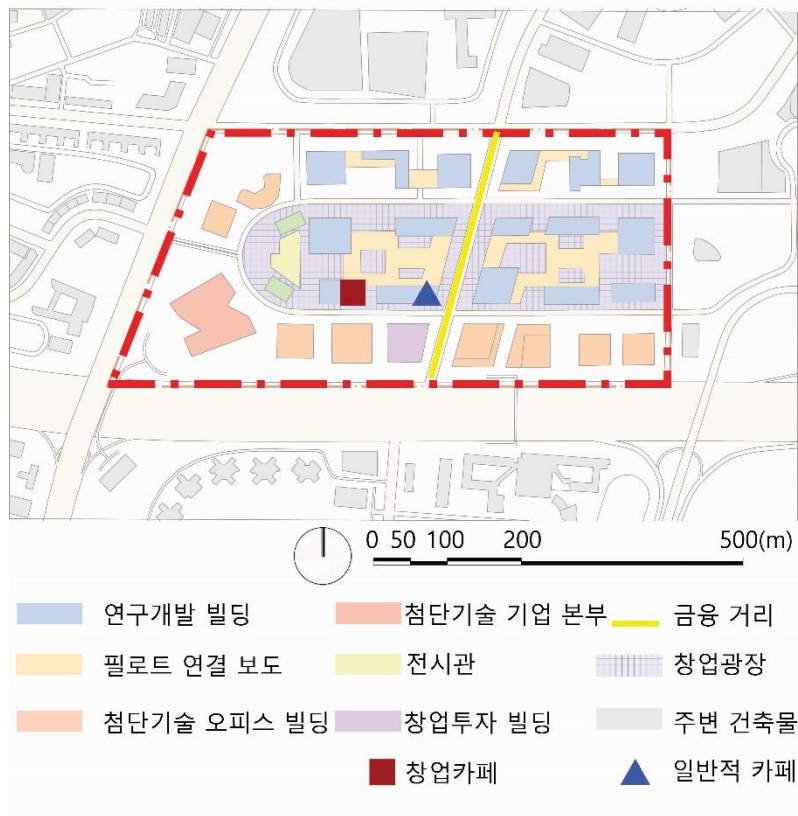
[그림 20] Dots Coffee 내부 공간 구조 및 동선 분석도



[그림 21] Dots Coffee 내부 공간 유형 분포도

4.1.2 Inno Valley 및 Starbucks

그다음으로 나머지 대상지인 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)를 중심으로 창업카페와 일반적 카페의 비교 분석을 진행하도록 한다. 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)에서 선정된 카페는 창업카페 Inno Valley 와 일반적 카페 Starbucks 이다. [그림 22]와 같이 Inno Valley 와 Starbucks 는 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 중부의 창업광장에 위치해 있다. Inno Valley 는 선전 소프트웨어 창업광장 연구개발 빌딩 4D 동 1 층에 위치해 있으며 Starbucks 는 연구개발 빌딩 4C 동 1 층에 위치해 있고 사거리에 면하여 있다. 앞부분과 같이 본 소절에서 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)를 중심으로, Inno Valley 와 Starbucks 의 공간 구조를 탐구하고자 한다.

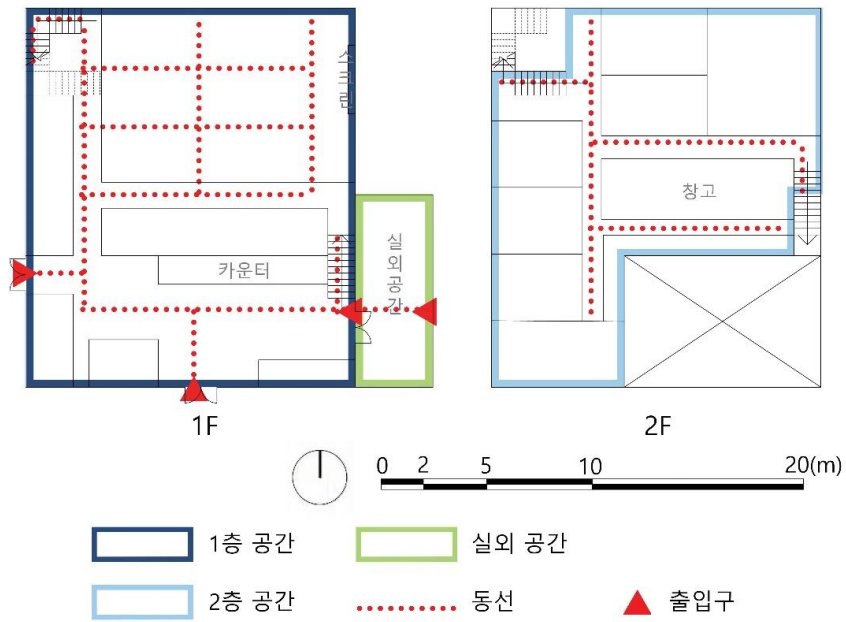


[그림 22] Inno Valley 와 Starbucks 의 위치도

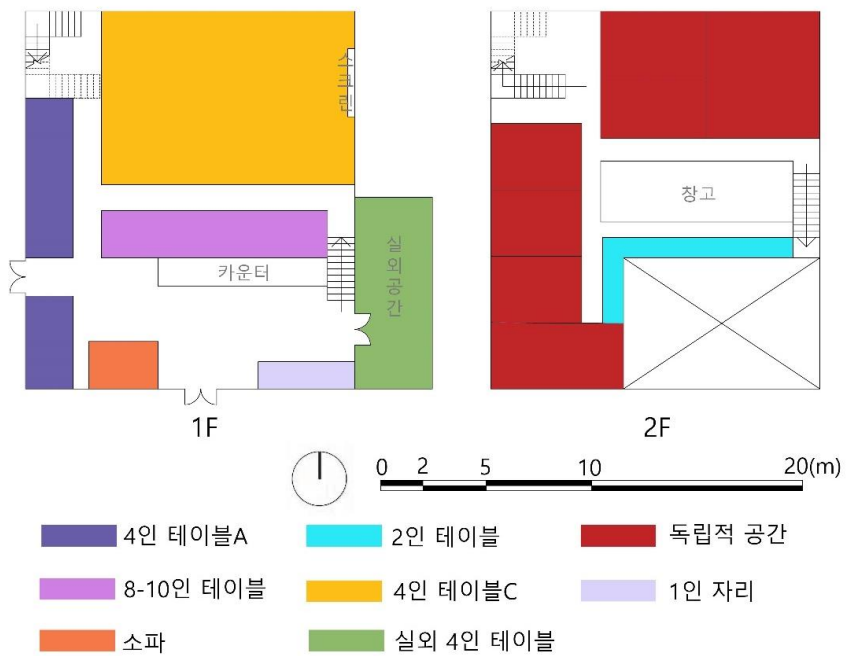
우선, Inno Valley 의 경우, Sanyou Coffee 내부 공간 구조는 아래 [그림 23] 과 같이 표시되었다. Inno Valley 는 총 2 층의 창업카페이고 총면적은 517.6m² 이다. 그중 1 층의 실내 면적은 279.9m² 이고 실외 면적은 33.5m² 이며 2 층의 면적은 204.2m² 이다. 테이블 공간 유형은 [그림 24]와 같다. [표 4-3]에 의하여 Sanyou Coffee 의 실내공간 중 독립적 공간과 4인 테이블 C 로 구성된 공간의 면적이 가장 크다는 것을 알 수 있다. 4인 테이블 C 는 Sanyou Coffee 와 마찬가지로 자유롭게 배치될 수 있는 4인 테이블이며 평소에 일반적 테이블로 쓰일 뿐만 아니라 벽면의 프로젝터와 활용되어 회의장과 같은 하나의 큰 공간을 구성할 수 있다. 독립적 공간은 7 개의 면적이 다른 회의실과 같은 작은 반투명한 유리방과 일반적인 방으로 구성된다. 상대적으로 큰 면적인 방은 회의실로 사용될 수 있으며 작은 방은 개인 작업실, 사무실로 사용될 수 있다. 2 층은 1 층보다 상대적으로 공공성이 낮으므로 조용한 분위기를 가진다.

위치	총 면적(m ²)	유형	공간 면적(m ²)	비율
1층	279.9	4인 테이블A	26.9	8.1%
		8-10인 테이블	24.1	7.3%
		1인 자리	5.9	1.8%
		소파	7.4	2.2%
		4인 테이블C	98.9	29.8%
2층	204.2	2인 테이블	11.9	3.6%
		독립적 공간	123.3	37.1%
실외	33.5	실외 4인 테이블	33.5	10.1%
총계	517.6	—	331.9	100.0%

[표 4-3] Inno Valley 의 각 공간의 면적 계산표



[그림 23] Inno Valley 내부 공간 구조 및 동선 분석도

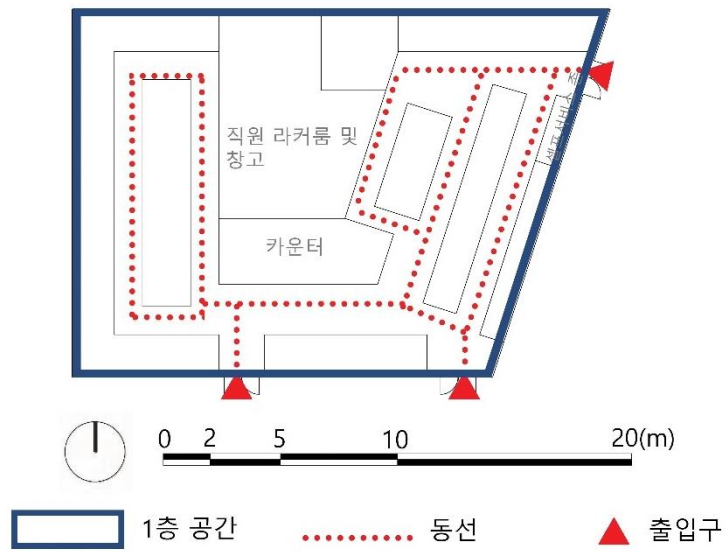


[그림 24] Inno Valley 내부 공간 유형 분포도

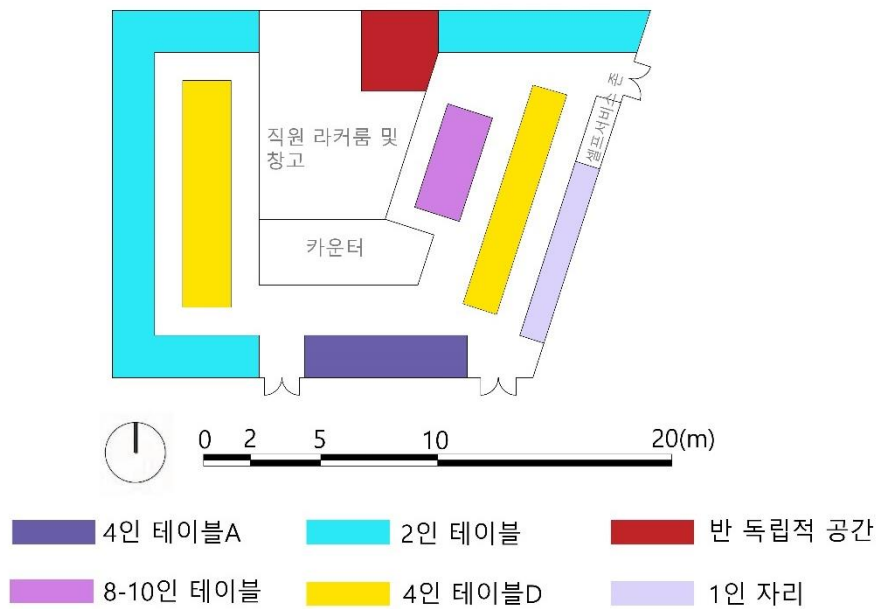
Starbucks 의 경우, 내부 공간 구조를 아래 [그림 25]와 같이 표시하였다. Starbucks 는 1 층의 일반적 카페이고 총면적은 321m²이고 테이블 공간 유형은 [그림 26]과 같다. 아래의 [표 4-4]에 의하여 Starbucks 실내공간 중 2 인 테이블의 비율은 각 44.2%로 가장 큰 면적인 공간 유형이며 4 인 테이블 공간은 37.8%의 비율로 그 뒤에 이었다. 2인 테이블은 주로 벽의 옆에 선형 소파를 설치하고 맞은편에 의자 한 개를 설치한 2 인이 사용하는 테이블 공간 유형 중의 한 가지다. 또한 4 인 테이블 D 는 원형의 상대적으로 작은 테이블 주변에 높은 의자 4 개가 배치된 한 가지의 4 인 테이블 유형 중의 한 가지이다.

유형	공간 면적(m ²)	비율
4 인 테이블 A	12.5	9.2%
8-10 인 테이블	9.3	6.8%
2 인 테이블	60.1	44.2%
4 인 테이블 D	34.7	25.5%
반 독립적 공간	11	8.1%
1 인 자리	8.4	6.2%
총계	136	100.0%

[표 4-4] Starbucks 의 각 공간의 면적 계산표



[그림 25] Starbucks 내부 공간 구조 및 동선 분석도



[그림 26] Starbucks 내부 공간 유형 분포도

4.1.3 창업카페의 실내 공간 분석 결과

위의 분석 내용에서 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)과 선전 소프트웨어 산업기지(深圳軟件產業基地)에 위치하는 창업카페와 일반적 카페의 내부 공간 구조, 공간 유형의 분포와 면적을 분석하였다. 이러한 고찰을 통해, 각 카페의 내부 공간 특성을 파악하였다. 이어서 창업카페와 일반적 카페 양자 간의 비교 분석을 하고 Sanyou Coffee 와 Inno Valley 2 개의 창업카페가 공통적으로 갖추는 내부 공간 특성을 살펴봄으로써 창업카페의 내부 공간 특성을 도출할 수 있다. 창업카페의 내부 공간 특성을 정리하면 다음과 같다.

우선 내부 공간 구조 측면에서 창업카페의 면적이 크고 2 층 공간을 구비한다. Sanyou Coffee 와 Inno Valley 카페의 면적은 각 419m^2 와 517.6m^2 이다. 그리고 창업카페가 제공하는 큰 면적인 2 층 공간은 접근하기에 편리하고 사용자가 다양하고 공공성이 높은 1 층에 비해, 상대적으로 프라이버시가 있는 조용한 공간을 제공한다.

내부 테이블 공간 유형의 측면에서 볼 때, 첫째, 창업카페는 일반적 카페에 비해 다양한 테이블 공간인 뿐만 아니라 더욱 많은 독립적 공간을 제공한다. Sanyou Coffee 와 Inno Valley 의 독립적 공간은 총면적이 각 32.6%와 37.1%로 내부 테이블 유형 중 가장 큰 면적 한두개의 독립적 공간을 가진 일반적 카페에 비해 많은 독립적 공간을 보유하고 있다는 차별성을 가진다.

둘째, 1 층에 면적이 크고 유연한 4 인 테이블 C 를 구비한다. 일반적 카페와 달리, Sanyou Coffee 와 Inno Valley 의 4 인테이블 C, 즉 자유롭게 이동될 수 있는 보통 4 인 테이블로 구성된 공간 유형의 면적 비율은 각 29.7%와 29.8%이다. 얇은 이동 가능한 4 인 테이블로 구성된 공간은 일반적 카페 공간으로 쓰일 수 있으며, 주변 벽체에 프로젝터가 설치되어 있어 창업카페가 여는 행사에 따라 활동이 필요한 공간을 자유롭게 구성할 수 있다.

간략하게 말하면, 창업카페의 내부 공간 특성은 면적이 크고 2 층 공간을 구비하고 있는 것과 다양한 테이블 공간 및 1 층에 큰 면적인 유연한 공간과 프로젝트가 구비되고 2 층에 많은 독립적 공간을 제공하는 것이다.

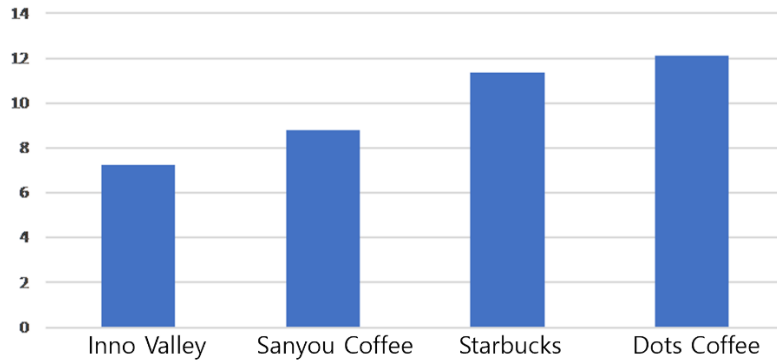
제 2 절 테이블 및 이용 행태 점유율 분석

위와 같이 실내 공간의 특성을 파악한 뒤에 이어 창업카페의 실내 공간이 실제로 어떻게 쓰이는지를 살펴보면서 본 소절에서는 사용자 이용 행태의 특성을 탐구하고자 한다. 창업카페의 이용 행태 특성을 탐구하기 위해 창업카페의 사용자를 대상으로 참여관찰과 설문조사를 실시하였다. 조사 데이터를 바탕으로 각 연구 대상 카페의 사용자 이용 행태를 ‘요일’, ‘시간’, ‘이용 행태 유형’로 구분하여 분석하고 ‘테이블 점유율’과 ‘이용 행태 점유율’ 2 개의 방면에서 이용 행태의 특성을 살펴보고 창업카페와 일반적 카페 간의 비교 분석을 진행하였다. 이를 통해, 일반적 카페에 비해 창업카페의 사용자 이용 행태의 특성을 도출한다.

4.2.1 테이블 점유율 분석

테이블 점유율은 조사 시점에 점유되어 있는 테이블의 수량을 해당 카페가 제공하는 전체 테이블 수량으로 나누는 수치이다, 테이블 점유율을 통해 그 시점에 카페 내부 공간의 사용 효율을 파악할 수 있다. 본 연구에서 일주일의 조사 기간 동안 평일에 영업시간을 5 개의 시간대로 나누어 조사하였으며 휴일에 영업시간을 4 개의 시간대로 나누어서 해당 시점에 카페에서 사용되고 있는 테이블 수량과 각 테이블 사용자의 이용 행태를 기록하였다. 조사된 데이터를 엑셀 파일로 작성하고 엑셀의 통계 기능을 통해 데이터 분석을 진행하였다. 구체적인 분석 내용과 결과는 다음과 같다.

우선 전체적으로 보면, 일주일의 조사 기간 동안 각 연구 대상 카페의 테이블 점유율 누계를 [그림 27]과 같이 계산하고 비교하였다. 테이블 점유율 누계를 높은 순으로 배열하면, Dots Coffee 의 테이블 점유율이 가장 높으며, 이어서 Starbucks 와 Sanyou Coffee 가 2 위와 3 위를 차지하고 Inno Valley 의 점유율 누계가 가장 낮다는 것을 알 수 있다.



[그림 27] 각 카페 테이블 점유율 누계 통계도

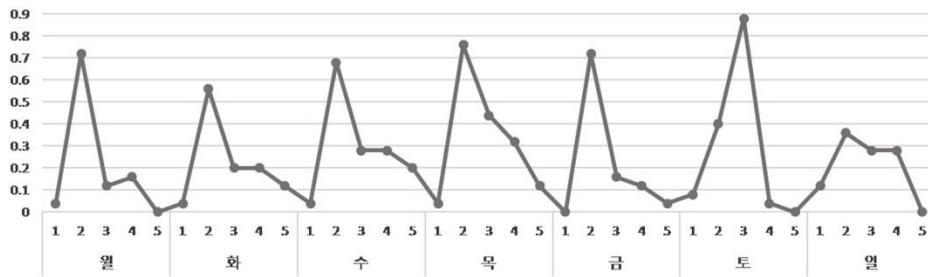
다음으로, 조사 기간을 요일로 나눠서 보면, [그림 28]과 같이 평일에 Dots Coffee와 Starbucks의 테이블 점유율은 Sanyou Coffee와 Inno Valley보다 높으며 주말에 Starbucks와 Inno Valley의 테이블 점유율이 뚜렷한 하락세가 있고 Sanyou Coffee와 Dots Coffee의 점유율이 각자 토요일과 일요일에 상승세가 있다는 것을 알 수 있다. 다시 말하면, 평일에 일반적 카페는 창업카페보다 더 활발하게 사용되었으며 주말에 Starbucks와 Inno Valley의 사용률이 많이 떨어지는 반면 Sanyou Coffee와 Dots Coffee는 휴일에도 여전히 활발하게 사용됨을 알 수 있다.



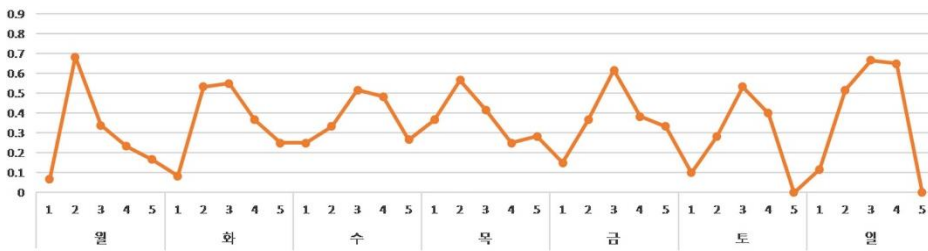
[그림 28] 각 카페 매일 테이블 점유율 추이도

이러한 현상이 나타나는 원인을 파악하기 위하여, 다음으로 각 연구 대상 카페의 테이블 점유율을 5 개의 조사 시간대별로 나누어 세부적으로 테이블 점유

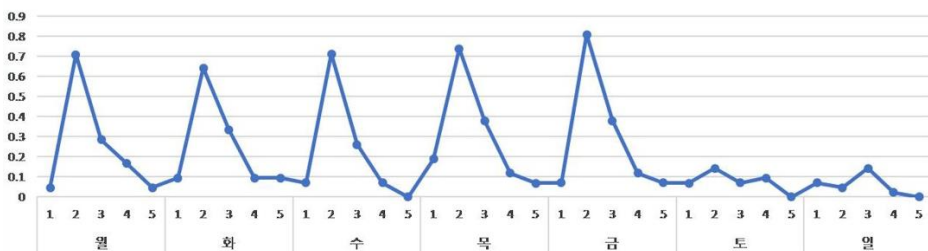
울의 시간에 따른 추세를 살펴보았다. 그중 주말의 경우, 4 개의 시간대만으로 조사하였기 때문에 주말 5 시간대의 테이블 점유율이 '0'으로 계산되었다. 따라서 [그림 29-32]와 같은 4 개의 연구 대상 카페의 해당 데이터 분석 도면을 작성하였다.



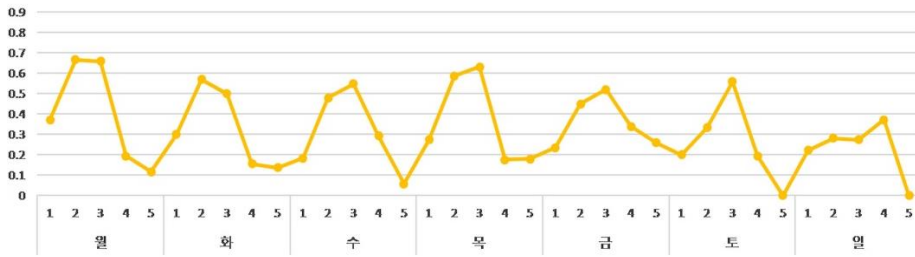
[그림 29] Sanyou Coffee 시간대별 테이블 점유율 추이도



[그림 30] Dots Coffee 시간대별 테이블 점유율 추이도



[그림 31] Inno Valley 시간대별 테이블 점유율 추이도



[그림 32] Starbucks 시간대별 테이블 점유율 추이도

앞부분에 언급한 현상을 이 4 개의 도면을 통해 원인을 찾을 수 있다. 주말에 Starbucks 의 2 시간대의 테이블 점유율은 평일에 비해 많이 적어진 편이고 영업시간은 평일보다 짧기 때문에 앞부분에 언급한 주말에 뚜렷한 하락세가 나타나는 원인이다. 또한 Inno Valley 의 경우, 휴일 2 시간대와 3 시간대의 테이블 점유율은 평일보다 큰 차이가 있기 때문에 점유율이 많이 떨어지었다.

또한, 4 개의 카페 시간대별 테이블 점유율 추이도를 보고 비교하면, 4 개 카페의 공통점은 3 가지가 있다. 첫째, 주말은 평일보다 점유율이 낮은 편이고 둘째, 평일 매일 2 시간대에 점유율은 급격한 상승과 하락세가 있다는 것이다. 셋째, 평일 2 시간대와 3 시간대는 테이블 점유율이 가장 높은 시간이라는 것이다. 다른 한편으로, 차이점은 Sanyou Coffee 와 Inno Valley 2 개의 창업카페는 기타 2 개의 일반적 카페에 비해, 요일과 시간의 영향을 받아 테이블 점유율의 급격한 변화가 있다는 것을 알 수 있다. 이는 앞 부분에서 언급된 평일에 일반적 카페가 창업카페에 비해 더 활발하게 사용된다는 현상의 원인이라고 볼 수 있다.

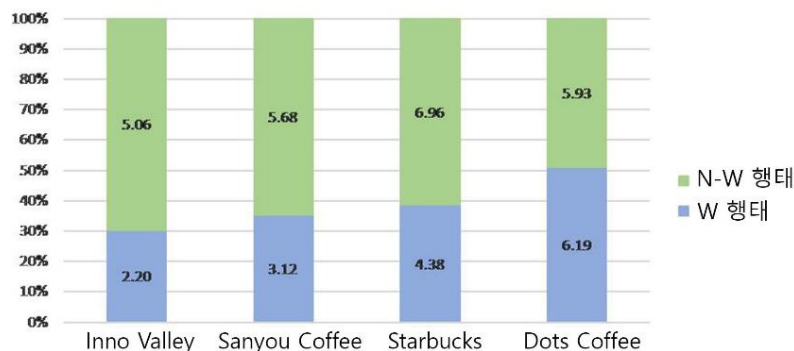
위와 같은 분석을 통해, 4 개의 카페의 테이블 점유율의 특성을 파악할 수 있다. 이러한 특성은 구체적으로 어떠한 이용 행위의 영향을 받아서 나타났는지를 살펴보기 위해 이용 행태를 구분하여 검토할 필요가 있다.

4.2.2 이용 행태 점유율 분석

이에 본 소절의 연구 내용은 카페의 사용자 이용 행태를 구분함으로써 이용 행태가 테이블 점유율에 미치는 영향을 고찰하는 것이다. 우선 조사된 이용 행태를 ‘일과 관련된 행태(W 행태)’와 ‘일에서 벗어난 행태(N-W 행태)’로 구분하였다. 각 유형의 이용 행태가 발생하는 테이블 수량을 해당 카페가 제공하는 전체 테이블 수량으로 나누어서 각 유형의 이용 행태의 점유율을 분석하였다. 다음으로 조사된 이용 행태를 바탕으로, 2 가지의 이용 행태를 더 세부적으로 구분하여 더 구체적인 이용 행태의 점유율의 특성을 살펴보았다. 이를 통해 연구 대상 카페 4 개의 디테일한 이용 행태를 파악할 수 있으며 창업카페의 이용 행태 특성을 구체적으로 탐구할 수 있다.

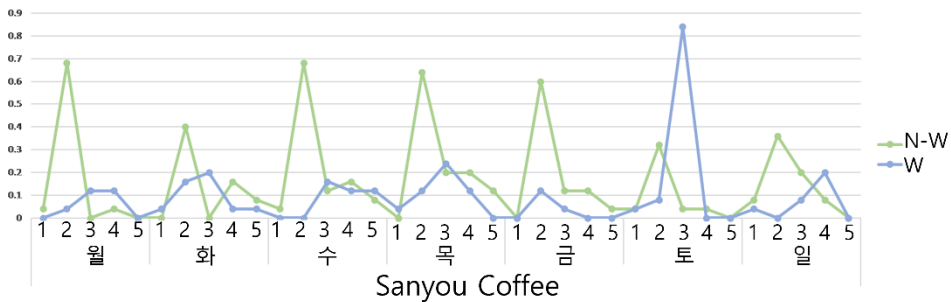
1) ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 분석

우선 전체적으로, 각 카페에서 일주일 동안 조사된 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 누계와 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 비율을 아래 [그림 33]과 같은 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 비율 통계도를 작성하고 분석하였다. 분석 결과 일주일 동안 Sanyou Coffee와 Inno Valley 2 개의 창업카페는 일반적 카페 Starbucks와 Dots Coffee보다 W 행태 점유율이 낮으며 ‘N-W 행태’의 점유율이 더 높다는 것으로 나타났다.



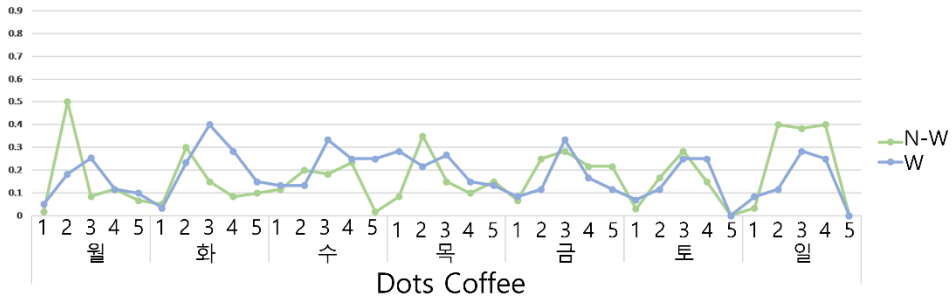
[그림 33] ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 비율 통계도

즉 창업카페에 발생한 일과 관련된 행태의 점유율은 일반적 카페보다 오히려 더 낮고 일반적 카페는 ‘제 3의 장소’의 특성 보다 ‘제 2의 장소’와 ‘제 3의 장소’의 특성이 결합한 장소성을 가진다는 것을 알 수 있다. 왜 이러한 현상이 나타났는지를 탐구하기 위해, 다음의 분석 내용에서 조사 시간을 요일과 시간대로 나누어서 각 연구 대상 카페의 ‘W 행태’의 점유율과 ‘N-W 행태’의 점유율을 살펴보았다. 분석 도면은 아래 [그림 34-37]과 같이 작성되었다.



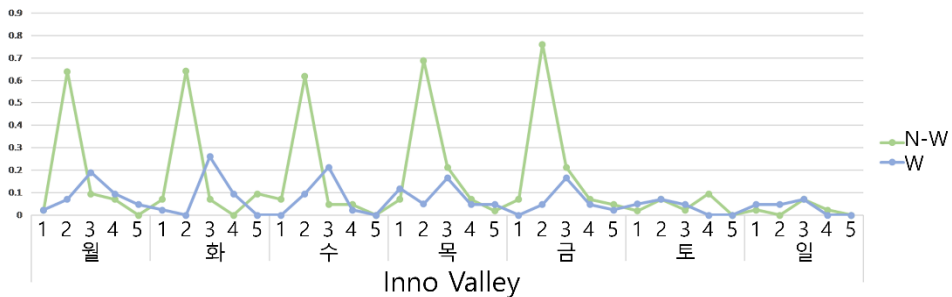
[그림 34] Sanyou Coffee의 요일·시간별 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 추이도

Sanyou Coffee의 경우, 전체적으로 평일에 ‘N-W 행태’의 점유율이 ‘W 행태’의 점유율보다 높고 토요일에 ‘W 행태’가 ‘N-W 행태’보다 높다. 또한 평일에 매일 2 시간대는 ‘N-W 행태’가 2 시간대에 급격한 증가를 하여 하루 ‘N-W 행태’ 점유율의 최대치에 도달한다. 평일 ‘W 행태’의 점유율은 3 시간대에 가장 높다. 주말의 경우, 평일과 같이 2 시간대는 ‘N-W 행태’가 가장 많은 시간이다. 토요일 3 시간대에 ‘W 행태’의 점유율이 급격하게 증가하여 일주일 중 ‘W 행태’의 점유율의 최대치에 도달한다는 것을 알 수 있다.



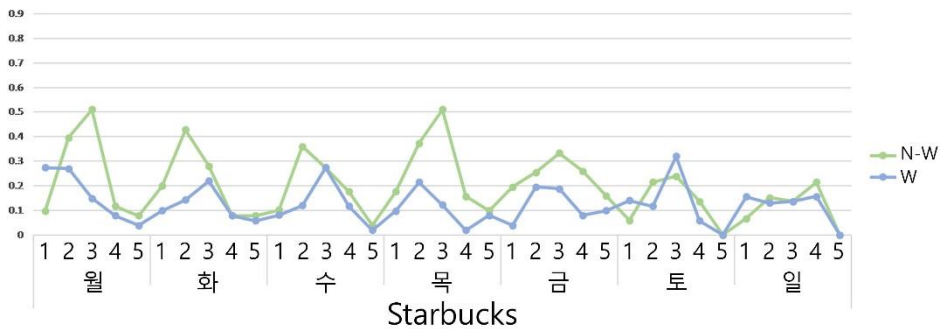
[그림 35] Dots Coffee의 요일·시간별 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 추이도

Dots Coffee의 경우, 전체적으로 평일과 주말의 점유율 차이가 크지 않으며 매일 ‘N-W 행태’와 ‘W 행태’의 점유율 차이도 크지 않다. 매일 2 시간대와 3 시간대에는 ‘N-W 행태’가 가장 많으며 3 시간대와 4 시간대는 ‘W 행태’가 가장 많은 시간이다. 매일 2 시간대는 ‘N-W 행태’가 ‘W 행태’보다 점유율이 높은 반면에 3 시간대부터 ‘W 행태’가 ‘N-W 행태’보다 점유율이 높다.



[그림 36] Inno Valley의 요일·시간별 ‘W 행태’와 ‘N-W 행태’ 점유율 추이도

Inno Valley의 경우, 전체적으로 평일에 ‘N-W 행태’의 점유율이 ‘W 행태’의 점유율보다 높으며 평일보다 주말에 ‘N-W 행태’와 ‘W 행태’ 양자의 점유율이 뚜렷한 하락세가 있어 양자의 점유율 차이가 크지 않다는 편이다. 평일 매일 2 시간대는 ‘N-W 행태’가 이 시점에 급격하게 증가했기 때문에 ‘N-W 행태’가 가장 많은 시간이며 평일 매일 3 시간대는 ‘W 행태’가 가장 많은 시간이다.



[그림 37] Starbucks의 요일·시간별 'W' 행태와 'N-W' 행태 점유율 추이도

Starbucks의 경우 전체적으로 보면, 평일에 'N-W' 행태의 점유율이 'W' 행태의 점유율보다 높으며 주말에 2가지의 이용 행태의 점유율이 평일보다 약간 낮은 편이다. 또한 평일 매일 2 시간대와 3 시간대에 고객 방문 수량이 가장 많으며, 이 2개의 시간대는 'N-W' 행태와 'W' 행태의 점유율이 가장 높은 시간이다.

위에 분석 내용에서 4개의 카페의 요일·시간별 'W' 행태와 'N-W' 행태 점유율의 특성을 살펴보았다. 따라서 창업카페와 일반적 카페의 경우를 비교해 보면, 창업카페는 일반적 카페에 비해, 요일과 시간의 영향을 받아 테이블 점유율의 급격한 변화가 있다는 것은 2가지의 이용 행태가 공동적으로 작용한 결과이다. 그중 Sanyou Coffee의 점유율 변화는 'N-W' 행태와 'W' 행태가 시간에 따른 변화의 영향을 받으며 Inno Valley의 급격한 점유율 변화는 주로 'N-W' 행태가 시간에 따른 급격한 변화의 영향을 받은 것이다.

2) 세부 구분된 이용 행태 점유율 분석

위와 같은 분석 내용은 'W' 행태와 'N-W' 행태 2개의 이용 행태 유형을 중심으로 창업카페의 이용 행태 특성을 도출하였다. 그러나 구체적으로 어떠한 이용 행태 때문에 이러한 특성이 드러났는지를 파악할 수 없었다. 그러므로 이용 행태를 더 세부적으로 구분하여 이용 행태의 특성을 파악하는 것은 의미가 있다고 판단된다. 이에 본 연구에서 조사된 이용 행태를 참고하여, 'W' 행태와 'N-W' 행태 2개의 이용 행태를 [표 4-5]와 같이 세부적으로 구분하였다. 이어서

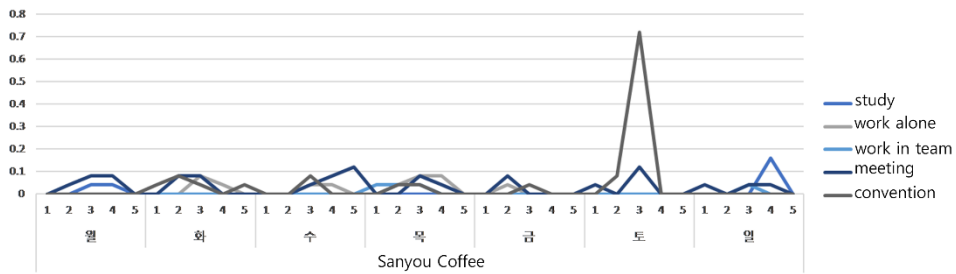
이러한 구분된 이용 행태에 따라 각 연구 대상 카페의 이용 행태 특성을 살펴 보고 분석 도면을 작성하였다.

이용 행태 유형	세부적 이용 행태
W 행태	공부
	혼자 일하기
	팀으로 일하기
	소형 회견
	대형 회의
N-W 행태	혼자 여가
	잡담
	동아리 모임
	식사

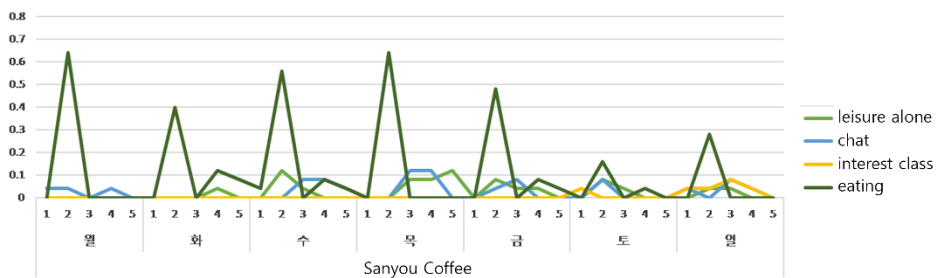
[표 4-5] 이용 행태의 세부 구분

첫째, Sanyou Coffee 의 세부적 이용 행태 특성을 [그림 38-39]와 같이 분석 하였다. 우선 [그림 38]과 같이 ‘W 행태’의 경우, 평일에 ‘소형 회견’ 행태와 ‘혼자 일하기’ 행태의 점유율이 가장 높고 ‘소형 회견’ 행태는 일주일 동안 매일 3,4,5 시간대에 나타난다. 또한 주말에 ‘대형 회의’ 행태의 점유율이 가장 높고 ‘혼자 일하기’ 행태는 평일에 나타나며 ‘대형 회의’ 행태는 주말 3 시간대에 나타난다.

그다음으로 [그림 39]와 같이 ‘N-W 행태’의 경우, 평일과 주말 상관없이, 매일 2 시간대에 ‘식사’ 행태의 점유율이 가장 높으며 하루 점유율의 최대치이 2 시간대에 나타나고 ‘식사’ 행태의 점유율은 하루에 2 시간대와 4 시간대에 상대적으로 집중되어 높게 나타난다. 또한 평일에 ‘동아리 모임’ 행태가 없고 주말에 ‘동아리 모임’ 행태의 점유율이 증가한다는 것을 알 수 있다. 기타 ‘N-W 행태’의 세부 이용 행태의 점유율 특성의 규칙은 시간에 따라 뚜렷하지 않다.

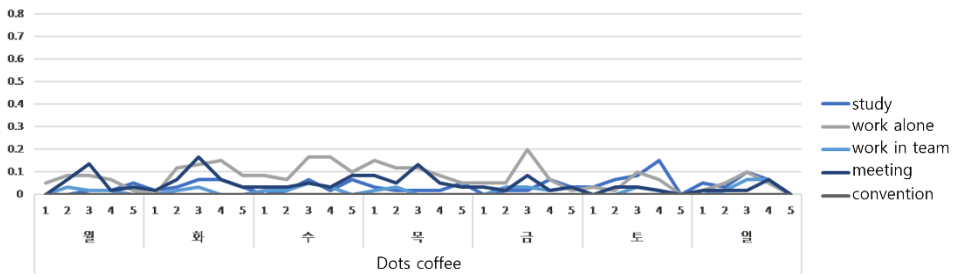


[그림 38] Sanyou Coffee 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (W 행태)



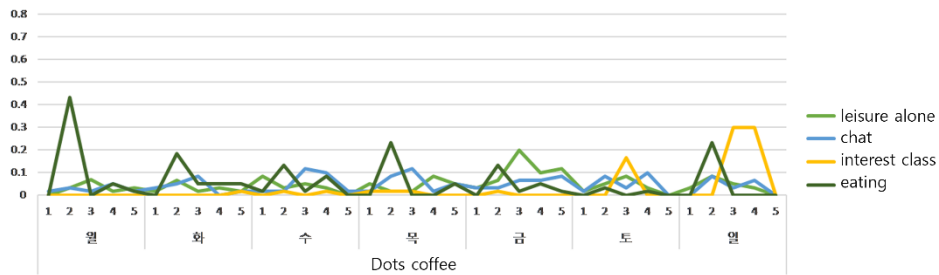
[그림 39] Sanyou Coffee 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (N-W 행태)

둘째, Dots Coffee의 세부 이용 행태 특성은 다음과 같다. 우선 ‘W 행태’의 경우 [그림 40]과 같이, 평일에 ‘혼자 일기’ 행태와 ‘소형 회견’ 행태의 점유율이 가장 높으며, 주말에 ‘공부’ 행태와 ‘혼자 일하기’ 행태의 점유율이 높다. ‘공부’ 행태와 ‘팀으로 일하기’ 행태의 주말의 점유율이 평일보다 높다. ‘공부’ 행태는 주로 평일 4,5 시대와 주말 3,4 시간대에 나타난다는 것을 알 수 있다. 또한 ‘혼자 일하기’ 행태의 경우, 평일은 주말 보다 점유율이 높지만, 차이가 크지 않다. 더불어 시간별로 보면, ‘혼자 일하기’ 행태의 점유율이 3,4 시간대에 가장 높고 ‘소형 회견’ 행태는 주말보다 평일의 점유율이 더 높으며 3 시간대에 가장 높다. 그중 Dots Coffee에서 ‘대형 회의’ 행태는 거의 없다.



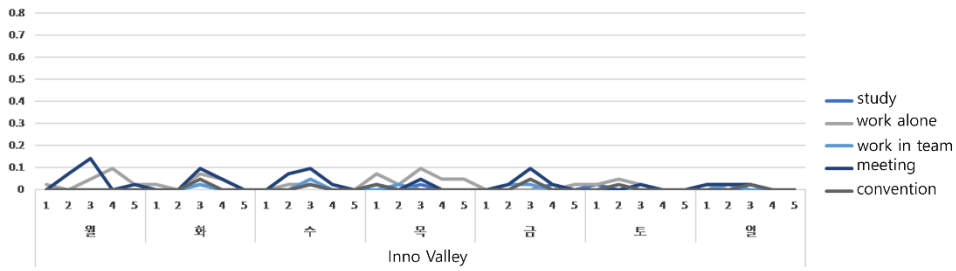
[그림 40] Dots Coffee 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (W 행태)

한편 ‘N-W 행태’의 경우는 [그림 41]과 같다. 평일에 ‘식사’ 행태의 점유율이 가장 높으며 주말에 ‘동아리 모임’ 행태의 점유율이 가장 높다. 그중 ‘식사’ 행태는 평일과 주말 상관없이 매일 2시간대에 가장 높고 ‘동아리 모임’ 행태의 점유율이 주말의 3,4 시간대에 가장 높다. ‘잡담’ 행태의 점유율은 평일과 주말 상관없이 매일 2,3 시간대에 가장 높고 ‘혼자 여가’ 행태의 점유율이 금요일 3,4,5 시간대에 많다는 것을 알 수 있다.



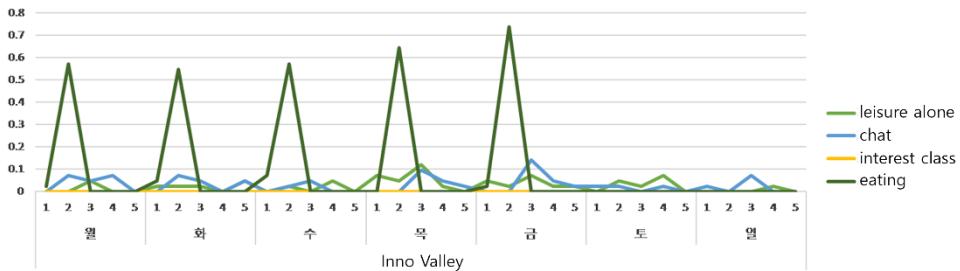
[그림 41] Dots Coffee 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (N-W 행태)

셋째, Inno Valley의 세부 이용 행태 특성은 다음과 같다. 우선 ‘W 행태’의 경우 [그림 42]와 같이 평일과 주말 상관없이 ‘혼자 일하기’ 행태와 ‘소형 회견’ 행태의 점유율이 상대적으로 높은 편이고 ‘소형 회견’ 행태와 ‘혼자 일기’ 행태의 점유율은 평일 3 시간대에 가장 높다는 것을 알 수 있다. 다른 유형인 ‘W 행태’의 점유율이 시간에 따른 규칙은 없다.



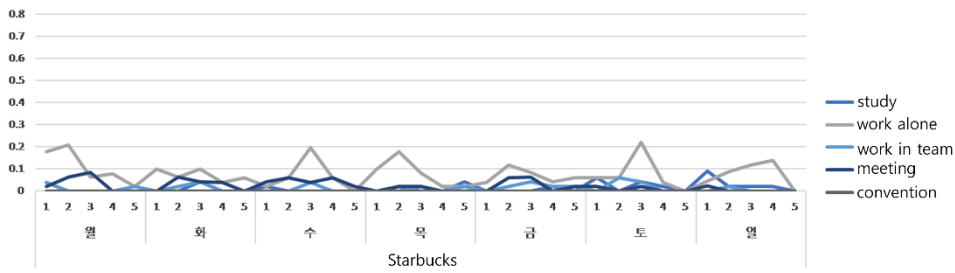
[그림 42] Inno Valley 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (W 행태)

‘N-W 행태’의 경우, [그림 43]과 같이 평일에 ‘식사’ 행태의 점유율이 가장 높다. 주말에 ‘혼자 여가’ 행태와 ‘잡담’ 행태의 점유율이 다른 유형의 행태에 비해 상대적으로 높고 ‘식사’ 행태의 점유율은 평일 2 시간대에 급격하게 증가하여 하루 전체 점유율의 최대치에 도달한다. 그중 ‘동아리 모임’이 없다.



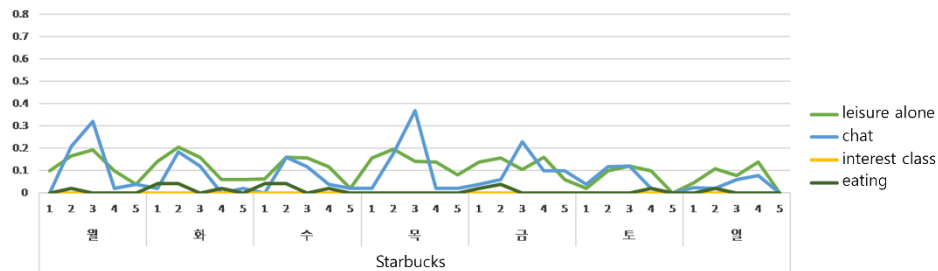
[그림 43] Inno Valley 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (N-W 행태)

마지막으로 Starbucks 의 세부 이용 행태 특성은 다음과 같다. ‘W 행태’의 경우는 [그림 44]와 같다. 평일과 주말 상관없이 ‘혼자 일하기’ 행태의 점유율이 가장 높고 ‘혼자 일하기’ 행태는 평일 1-3 시간대, 주말 3,4 시간대에 많으며 ‘공부’ 행태의 점유율은 평일보다 주말에 더 높다. 또한 ‘소형 회견’ 행태의 점유율이 주말보다 평일에 더 높으며 평일 2-4 시간대에 점유율이 많다.



[그림 44] Starbucks 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (W 행태)

‘N-W 행태’의 경우, [그림 45]와 평일과 주말 상관없이 ‘잡담’ 행태와 ‘혼자 여가’ 행태의 점유율이 높고 ‘혼자 여가’ 행태와 ‘잡담’ 행태가 주로 2,3,4 시간대에 발생하며 ‘식사’ 행태가 적고 보통 2 시간대에 나타난다. 그중 ‘동아리 모임’이 없다.



[그림 45] Starbucks 요일·시간별 세부 이용 행태 추이도 (N-W 행태)

위의 연구 내용을 바탕으로 창업카페와 일반적 카페의 차이점을 정리하면, 창업카페는 일반적 카페와 달리, 평일에 주로 점심과 저녁을 제공함으로써 테이블 점유율을 창출하고 주말에 대형 창업 활동을 진행함으로써 투자 자원을 공유하면서 테이블 점유율을 창출한다는 특성을 가지고 이러한 특성은 그의 이용 행태가 요일과 시간에 따라 급격한 차이가 보이는 원인이다.

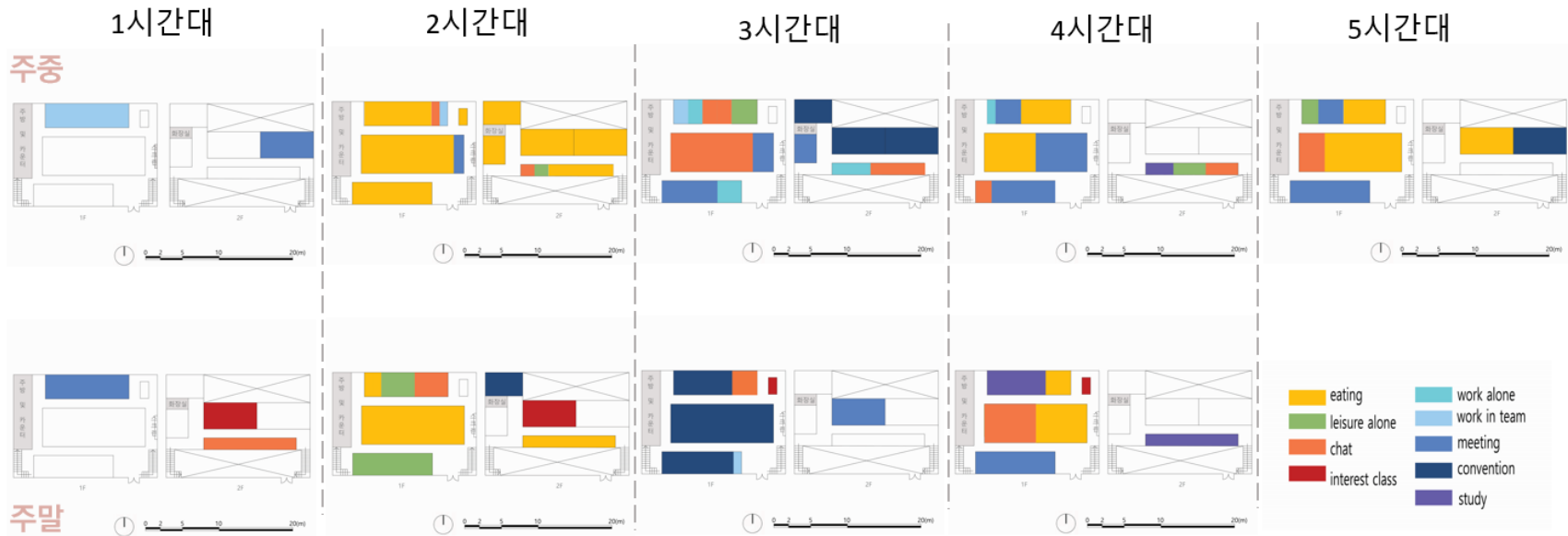
4.2.3 이용 행태의 공간 분포 분석

앞부분은 시간의 차원에서 창업카페의 이용 행태를 분석하였다. 이어서 세부적인 이용 행태가 카페 내부 공간에서 시간에 따라 어떠한 변화 특성이 있는지

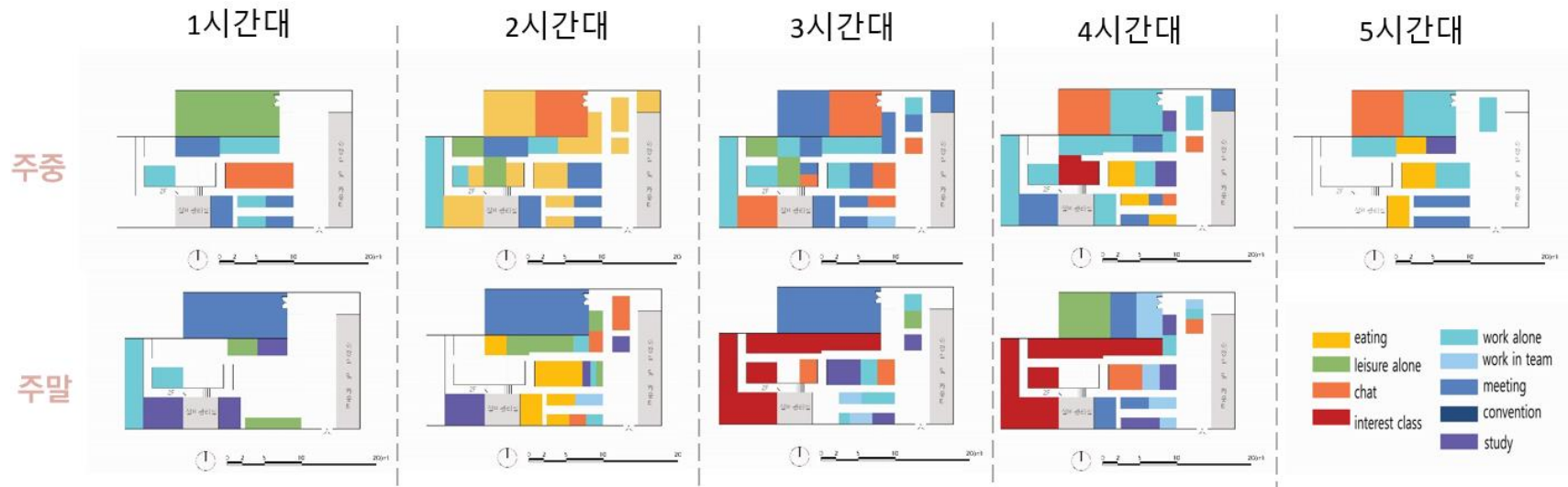
를 살펴보도록 한다. 분석 방법은 다음과 같다. 우선, 본 장 내용 중 제 1 절에서 구분한 테이블 공간 유형을 바탕으로 각 테이블 공간 유형이 카페 내부 공간에 위치하고 있는 공간의 특성을 고려하고 각 카페의 내부 공간을 구분하였다. 다음으로 조사된 데이터를 이용하고 내부 공간의 각 부분에 조사된 세부 이용 행태가 나타나는 비율에 따라 해당 공간에 면적 비율로 표시하였다. 각 카페의 분석 도면과 결과는 다음과 같다.

첫째, Sanyou Coffee의 이용 행태 공간 분포는 [그림 46]과 같다. 2시간대에 식사를 제공하기 때문에 다른 시간대 보다 식당 기능이 강하다. 4,5 시간대에 요리를 제공함으로써 일과 관련된 대화를 하면서 저녁을 먹는 사람이 있다. 또한 2층 독립적 공간은 시간제 임대 때문에 회의실만으로 쓰이지 않고 직장인들이 주말 과외 수업을 받는 교실이 될 수 있으며 주말 3,4 시간대에 일주일에 한 번씩인 창업에 관한 대형 활동이 있기 때문에 1 층은 소통과 교류하는 대형 회장의 기능을 지닌다.

둘째, Dots Coffee의 이용 행태 공간 분포는 [그림 47]과 같다. 2시간대에 간단한 점심 식사를 제공하기 때문에 다른 시간대 보다 식사 행태가 다수이다. 이 시간대에 카페의 식당 기능이 역시 강하다는 것을 알 수 있다. 평일 3,4 시간대는 일하는 사람이 많고 대부분의 카페 공간을 사용하기 때문에, 일하는 분위기가 강한 편이다. 또한 주말 3,4 시간대에 ‘단신촌(單身村)’이란 연인을 소개하는 규모가 상대적으로 큰 단체 모임이 있음으로 인해 단체 모임의 기능이 강하다.



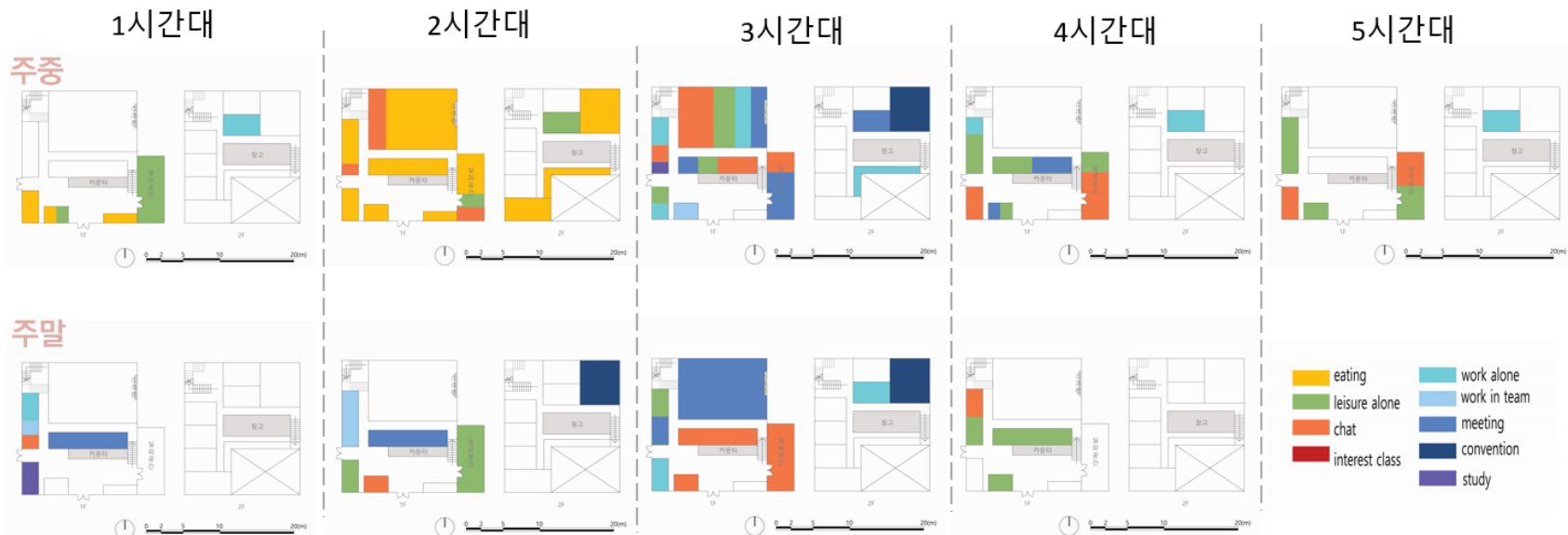
[그림 46] Sanyou Coffee 의 이용 행태 공간 분포



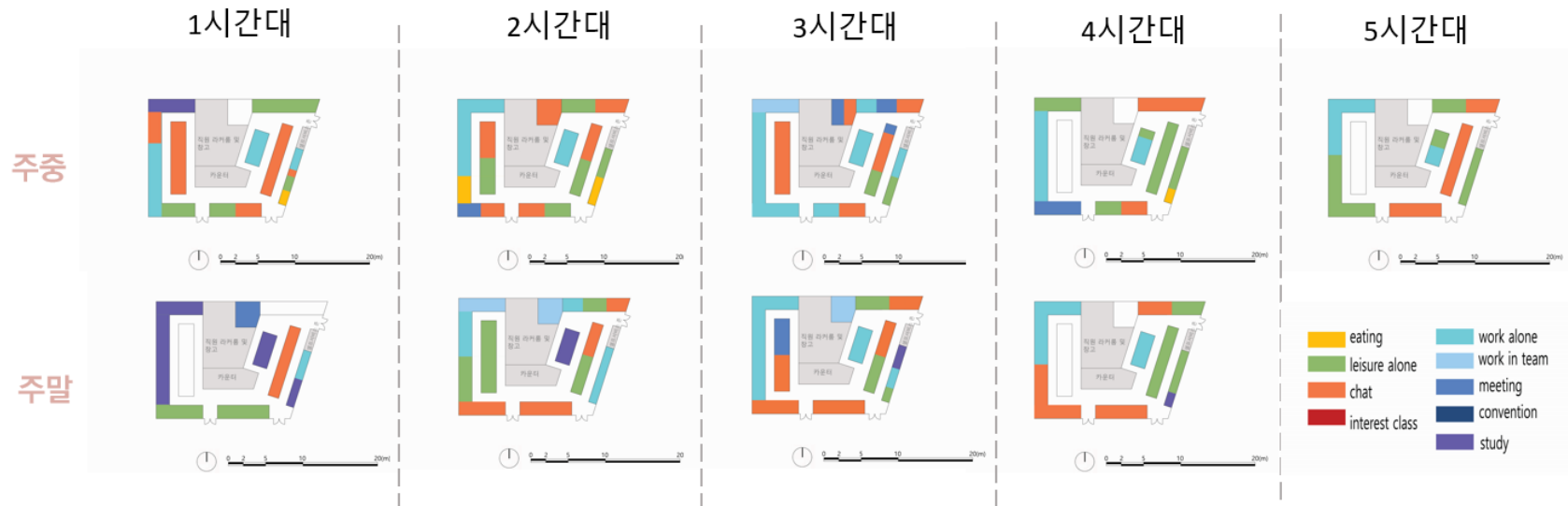
[그림 47] Dots Coffee 의 이용 행태 공간 분포

셋째, Inno Valley의 이용 행태 공간 분포는 [그림 48]과 같다. 평일 2시간대에 점심 식사를 제공함으로 인해 전체 카페 공간에 식당 기능이 가장 강하다는 것을 알 수 있다. 독립적 공간은 주로 'W 행태'가 나타난 공간이며 1층 열린 공간은 사용자, 시간에 따라 다양한 행태가 나타나고 2층 독립적 공간은 시간에 따라 '혼자 일하는 공간-혼자 여가 공간-소형 회견 공간-혼자 일하는 공간' 혹은 '단체 식사 공간-대형 회의 공간'으로 기능의 변화 리듬이 있다. 이런 기능의 변화에는 독립적 공간을 임대한 사용자의 일하는 리듬이 보인다.

마지막 Starbucks의 이용 행태 공간 분포는 [그림 49]와 같다. Starbucks는 음료수만 판매하는 카페이어서 식사 기능이 약하며 휴식을 취하는 사람과 이야기를 나누는 사람이 다수 분포한다. 혼자서 일하는 사람은 왼쪽의 자리와 오른쪽의 공용테이블 공간을 선호한다. 평일보다 주말에 공부하는 사람이 많아지며 선호하는 공간은 혼자 일하는 사람과 유사하다. 그중 평일과 주말의 공간적 이용 행태의 차이가 크지 않다는 것을 알 수 있다.



[그림 48] Inno Valley의 이용 행태 공간 분포



[그림 49] Starbucks 의 이용 행태 공간 분포

이처럼 창업카페와 일반적 카페의 세부 이용 행태의 공간 분포 상황을 파악하고 비교 분석을 하면 창업카페의 세부 이용 행태의 공간 분포 특성을 도출할 수 있다. 일반적 카페는 요일과 시간에 따라 내부 공간의 각 유형의 이용 행태는 다양하고 유동적이다. 반면에, 창업카페의 경우, 1 층과 2 층 공간에 주로 발생하는 이용 행태가 다르고 1 층은 상대적으로 유동성이 강하며 2 층은 주로 'W 행태', 즉 일과 관련된 행태가 분포한다. 또한 평일 점심시간과 휴일 대형 회의가 있을 경우, 한 가지의 이용 행태가 창업카페의 장소성을 주도하여 창업카페는 시간에 따라 완전히 다른 장소성을 가진다는 것을 알 수 있다.

제 3 절 운영 방식 분석

제 1 절과 제 2 절에서 조사 데이터를 활용하고 객관적으로 분석된 결과로서 창업카페의 공간 특성과 이용 행태 특성이 파악되었다. 그러나 창업카페의 특유한 이용 행태 특성이 나타난 원인을 구체적으로 무엇인지는 아직 파악되지 않았다. 그러므로 본 소절에서 연구 대상 카페의 매니저를 대상으로 실시한 심층 인터뷰의 내용을 바탕으로 창업카페의 운영 방식의 특성을 살펴보고자 한다. 연구 대상 카페의 유형에 따라 ‘창업카페 인터뷰’와 ‘일반적 카페 인터뷰’로 나누어 인터뷰 내용을 정리하였고 비교 분석을 진행하고자 한다.

우선, 창업카페의 경우, Sanyou Coffee의 매니저 방(龐) 씨와 Inno Valley의 매니저 유(劉) 씨를 대상으로 1 시간의 심층 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰의 내용을 공통점과 차이점 2 개의 부분으로 나누어 설명하고자 한다. 공통점의 경우, 2 개의 창업카페는 주로 음식 판매, 2 층의 독립적 공간 임대에서 수익을 창출한다. 더불어 창업카페의 주인은 주로 투자회사를 경영하고 있어 창업카페를 경영하는 동시에 관심있는 창업 프로젝트에 투자하여 수익을 창출하는 경우도 많으며 카페 주인의 인맥을 활용하여 창업카페에서 창업 교류, 아이디어 나눔, 창업 버스킹 등의 창업활동을 통해 투자자와 창업자가 만나고 교류하는 플랫폼을 제공하고 창업을 추진한다. 또한 2 개의 창업카페는 전부 정부의 임대료 지원을 받고 입주하였고 정부 지원을 통해 입주 당시에 임대료의 부담이 감소되었다.

그러나 Inno Valley의 경우, 정부 지원은 입주 3 년 후에는 제공되지 않으므로 현재까지 임대료 부담이 점점 커지고 있기 때문에 창업에 관한 활동도 자주 진행하지 못하고 있다. 반면에 Sanyou Coffee는 정부 지원을 받고 공공의 건축물의 1 층에 입주함으로써 현재까지 저렴한 임대료를 지불하고 있다. 그러므로 양자의 차이점은 입지가 공공의 건축물에 위치하는지에 따라 나타나는 임대료의 차이에 있다. 그러므로 임대료의 부담을 가지고, 창업자에게 창업의 편리성을 제공하기 위해 요리를 만들어 식사를 판매하는 Sanyou Coffee와 달리, 최초에 식사를 제공하지 않았던 Inno Valley는 점심에 도시락을 제공함으로써 수익을 창출하기 시작하였다. 또한 Inno Valley의 2 층의 독립적 공간을 Sanyou Coffee와 같이 시간제만으로 임대하지 않고 시간제와 월세로 임대하고 있다.

다음으로 일반적 카페의 경우, Dots Coffee 의 매니저 엽(葉) 씨와 Starbucks 의 매니저 유(劉) 씨를 대상으로 인터뷰를 진행하였다. 일반적 카페의 경우, 공통적으로 간단한 음식을 판매함으로써 수익을 창출하기 때문에 음식물의 판매량을 중요시한다. 그러므로 따로 창업에 관한 활동을 진행하지 않는다. 또한 창업카페와 같이 임대료 지원을 받는 것이 아니라 상대적으로 높은 임대료로 교통 편리성이 높은 점포를 임대하고 있다. 차이점의 경우, Dots Coffee 는 Starbucks 에 비해 독립적 유리방, 소파 존, 실외 공간 등 더 다양한 공간을 무료로 제공함으로써 사용자의 수요를 만족시킨다. Starbucks 는 대중 인지도가 높기 때문에 온라인과 오프라인으로 음식물을 판매한다. 온라인 주문을 받고 배달원이 상품을 배송해 주는 방식으로 더 많은 수익을 창출하고 있다.

창업카페와 일반적 카페의 운영 방식을 비교하면, 창업카페의 운영 방식 특성을 파악할 수 있다. 첫째, 창업카페는 음식물만으로 수익을 얻지 않고 공간 임대와 창업 투자에서도 수익을 창출한다. 둘째, 점포 임대료의 방면, 창업카페는 정부의 지원에 의뢰성이 높으며 정부 지원을 계속 받거나 공공의 건축물에 입주하는 것이 중요한 반면 일반적 카페는 지원이 없이 상대적으로 많이 높은 임대료로 교통 편리성이 높은 입지에 입주하는 것이다. 셋째, 창업카페는 창업에 관한 활동을 진행함으로써 사용자를 흡인하여 창업을 추진하고 수익을 창출하는 반면 일반적 카페는 창업에 관한 특별한 활동이 없다.

제 4 절 분석 결과

본 장에서 ‘실내 공간 구조’, ‘사용자 이용 행태’와 ‘운영 방식’ 3 개의 방면에서 창업카페와 일반적 카페를 비교 분석하여 창업카페의 내부 공간 특성을 탐구하고자 한다. 연구결과는 다음과 같이 ‘내부 공간 구조’, ‘사용자 이용 행태’ 및 ‘운영 방식’ 3 개의 방면에서 도출한다.

첫 번째, 창업카페의 내부 공간 구조 특성은 면적이 크고 2 층 공간을 구비하는 것과 다양한 테이블 공간을 갖추었을 뿐만 아니라, 1 층에 큰 면적인 유연한 공간과 프로젝터를 구비하고 2 층에 많은 독립적 공간을 제공하는 것이다.

두 번째, 이용 행태의 특성은 다음과 같다. 우선, ‘N-W 행태’와 ‘W 행태’가 공동적으로 작용한 결과로서 창업카페는 일반적 카페에 비해, 요일과 시간의 영향을 받아 테이블 점유율의 급격한 변화를 드러내는 것이다. 또한, 창업카페는 일반적 카페와 달리, 평일에 주로 식사를 제공하고 주말에 대형 창업 활동을 진행함으로써 투자 자원을 공유하면서 테이블 점유율을 창출한다.

다음으로, 창업카페의 1 층은 상대적으로 공공성과 유동성이 강하며 2 층은 주로 일과 관련된 행태가 분포된다. 평일 점심시간과 휴일 대형 회의가 있을 경우, 한 가지 종류의 이용 행태가 창업카페의 장소성을 주도하여 창업카페는 시간에 따라 장소성의 차이가 크다.

세 번째, 창업카페의 운영 방식 특성은 다음과 같다. 우선, 창업카페는 음식물만으로 수익을 얻지 않고 공간 임대와 창업 투자에서도 수익을 창출한다. 다음으로, 임대료의 방면, 창업카페는 정부의 지원에 의뢰성이 높으며 정부 지원을 지속적으로 받거나 공공의 건축물에 입주하는 것이 중요하다. 마지막으로, 창업카페는 창업에 관한 활동을 진행함으로써 사용자를 흡인하여 창업을 추진하고 수익을 창출한다.

제 5 장 창업카페 도시적 공간 분석

제 1 절 창업카페의 입지 분석

창업카페는 창업을 추진하기 위해 수요에 따라 특별한 공간을 제공하고 다양한 창업에 관한 프로그램을 진행한다. 창업카페의 내부 공간은 일반적 카페에 비해 공간, 이용 행태와 운영 방식 등 방면에서의 특수성은 앞부분에서 검토되었고 창업카페가 특별한 장소성을 가진다는 것을 밝혔다.

한편 창업카페는 창업 공간과 카페의 결합체인 특별한 장소로서 활발한 창업 활동을 추진한다. 지속적이고 활발한 창업활동은 쓰기 편한 실내 공간일 뿐만 아니라 도시적 차원에서 주변 도시공간, 시설에 대한 의뢰성도 있다. 그러므로 창업카페의 운영과 발전에 필요한 도시적 공간의 특성을 탐구하는 것은 필요가 있다고 판단된다. 이에 본 장은 도시적 차원에서 창업카페가 선호하는 도시적 공간의 특성을 살펴보도록 한다. 본 연구 중 창업카페의 도시적 공간 특성에 관한 고찰은 창업카페의 ‘입지 분석’, ‘주변 공간 분석’과 ‘주변 시설 분포 분석’ 3개의 부분으로 구성된다.

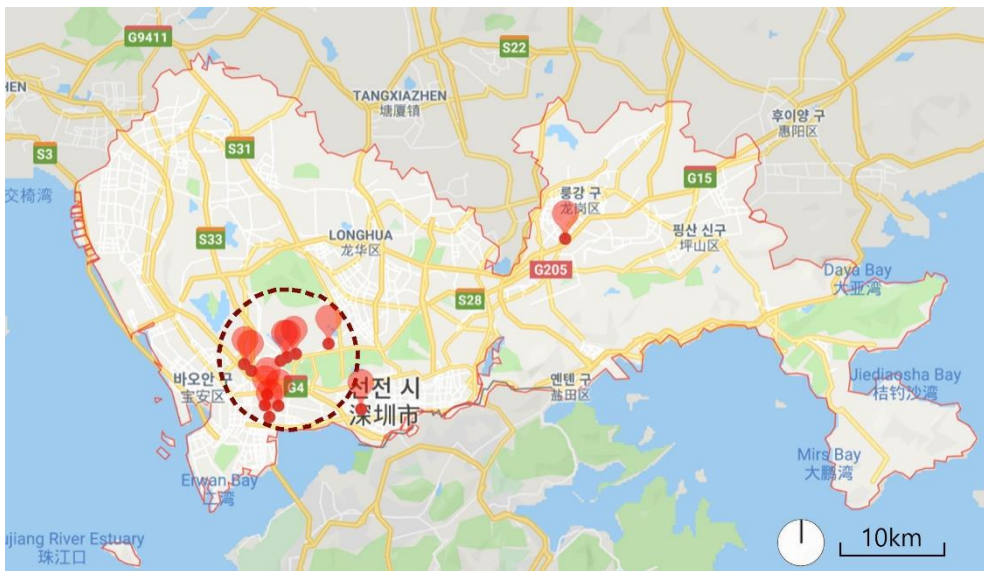
우선 제 1 절에서, 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 입지 특성과 연구 대상 창업카페의 입지 특성을 탐구함으로써 창업카페의 입지 특성을 도출하도록 한다. 다음으로 제 2 절에서, 연구 대상 창업카페가 입주하는 대상지인 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)과 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)를 중심으로 창업카페 주변 도시 공간을 분석하고 제 3 절에서 선정된 창업카페 주변 시설의 분포 현황을 파악함으로써 창업카페의 주변 시설 분포 특성을 고찰한다. 마지막으로 제 4 절에서 앞부분 중 검토된 창업카페 주변 도시 공간 특성을 도출하도록 한다.

5.1.1 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 입지 분석

우선 창업카페가 도시 중에 어떠한 공간을 선호하는 지를 파악하기 위해 창업카페의 입지 특성을 살펴보도록 한다. 이에 본 소절에서 중국 선전시(深圳市)

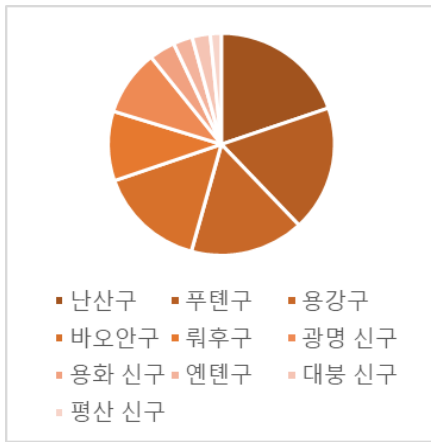
전체 창업카페의 입지와 본 연구에 선정된 연구 대상 창업카페의 입지를 살펴 보고 창업카페 입지의 공통점을 도출하고자 한다.

우선 전체 창업카페의 입지에 관한 연구는, 중국 선전시(深圳市)내부 모든 창업 카페를 바이두지도(百度地圖)를 사용하여 ‘창업 카페’, ‘중창(眾創) 카페’, ‘창신(創新) 카페’ 라는 키워드로 검색하였다. 검색 결과 내용 중 중복된 카페와 폐업한 카페를 삭제하여 [그림 50]과 같이 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 입지를 구글지도에서 표시하였다. 분석 도면에 따라 현재까지 선전시(深圳市) 창업 카페는 총 13 개이다. 그중 11 개 창업카페는 선전시(深圳市) 난산구(南山區)에 위치하고 1 개 창업카페는 용강구(龍崗區)에 위치하며 1 개는 푸톈구(福田區)에 위치한다. 이에 선전시(深圳市)의 창업카페는 선전시(深圳市) 난산구(南山區)에 밀집된다는 것을 알 수 있다.

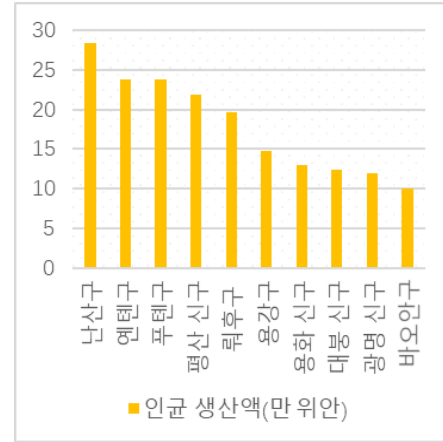


[그림 50] 선전시(深圳市) 전체 창업카페 입지 예시도

난산구(南山區)는 선전시(深圳市)의 과학연구, 교육, 체육 중심이다. 난산구(南山區)의 총면적은 187.47km²이고 2016 년까지 상주인구는 135.63 만명이다. 생산력의 경우, 아래의 [그림 51-52]와 같이, 난산구(南山區)는 선전시(深圳市) 지역 총생산액의 19.71%로 선전시(深圳市) 전체 10 개의 행정구역 중 1 위를 차지하며 난산구(南山區)의 인균 생산액은 역시 선전시(深圳市) 전체 행정구역 중 1 위를 차지한다.



[그림 51] 2016년 선전시(深圳市) 지역 총생산액 비율



[그림 52] 2016년 선전시(深圳市) 행정 구역별 인균 생산액 순위

난산구(南山區)는 선전시(深圳市)의 도심이 아님에도 불구하고 이러한 탁월한 생산력을 가지는 이유 중의 하나는 난산구(南山區)가 과학기술 및 첨단기술의 혁신 실력을 지니고 있기 때문이다. 난산구(南山區) 중부에 선전대학교(深圳大學), 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區) 등이 위치하고 남부에 칭화대학교(清華大學), 베이징대학교(北京大學), 하얼빈 공업대학교(哈爾濱工業大學) 등의 중국 유명하고 우수한 대학교의 선전(深圳) 캠퍼스와 ZTE, TCL 등 첨단기술 대기업이 위치하는 첨단기술산업단지가 위치하고 있으며 북부에 셔코우(蛇口) 산업단지와 선전만(深圳灣), 셔코우(蛇口) 항구가 위치하고 있다.

이에 선전시(深圳市) 전체 13 개의 창업카페 중 11 개의 창업카페가 난산구(南山區)에 위치하고 있는 것은 창업카페가 주로 과학기술 및 첨단기술 혁신 실력이 강한 지역에 밀집되는 경향이 있다고 추측할 수 있다. 이러한 추측을 검증하기 위하여 선전시(深圳市) 전체 13 개의 창업카페 입지 주변의 용지와 시설을 살펴보았다.

바이두지도(百度地圖)에서 선전시(深圳市) 전체 창업카페 입지 주변 지역의 용도를 고찰하고 창업카페들이 대부분 공통적으로 갖추는 항목을 아래 <표 1>

과 같이 정리하였다. 창업카페의 주변에 있는 지역 혹은 시설은 해당항목 하에 'O'를 표시하였으며 없는 경우에는 '—'를 표시하였다. 전체적으로 특정한 지역 용도가 계산되는 횟수의 총수를 계산하고 그의 총수를 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 수량, 즉 13 개로 나누면 그 지역 용도의 비율이 계산된다. 그러므로 [표 5-1]에 의하면, 창업카페 주변에 첨단기술산업단지의 비율은 92.3%이며, 기타 산업단지가 있는 확률은 53.8%이다. 그리고 연구 기관의 비율은 46.2%이며 대학교의 비율은 61.5%이다.

이러한 비율을 통해, 선전시(深圳市) 창업카페들의 배치 현황이 반영하는 창업카페들의 입지선호가 대략적으로 파악된다. 선전시(深圳市) 창업카페들이 선호 높은 순으로 첨단기술 산업단지, 대학교, 기타 산업단지, 마지막으로 연구기관이 배치된 지역 주변을 선호하는 특징이 있다.

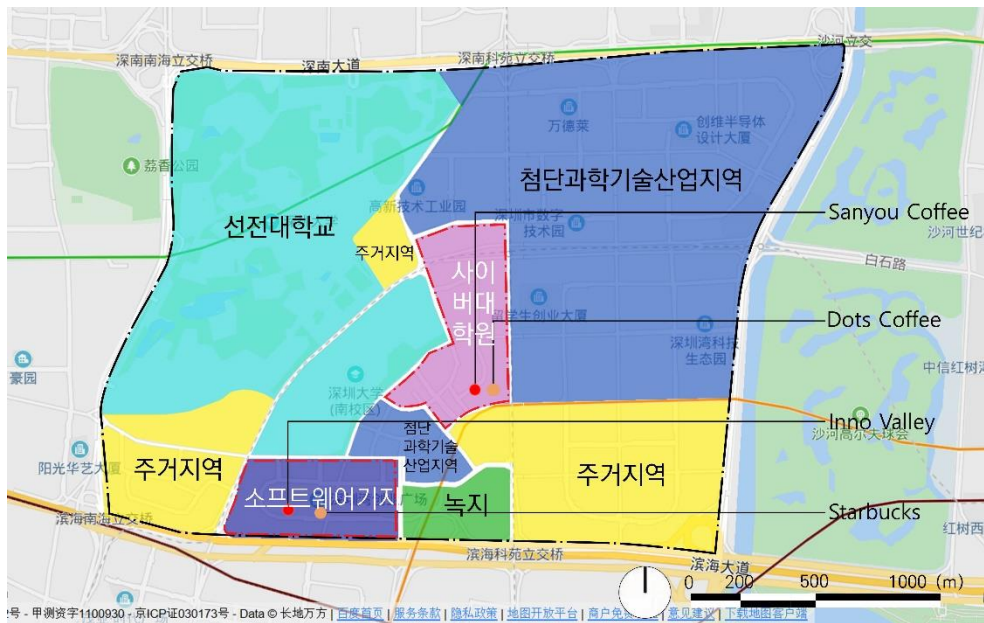
번호	창업카페 이름	첨단기술 산업단지	기타 산업단지	연구 기관	대학교
1	0-1 창객카페 (0-1創客咖啡)	O	O	—	—
2	고신기창객카페 (高新奇創客咖啡)	O	O	—	—
3	비특카페 (比特咖啡)	O	O	O	O
4	난산운곡창객카페 (南山雲谷創客咖啡廳)	O	O	O	O
5	미인창각카페 (迷因創客空間咖啡廳)	O	—	O	O
6	HIT창객카페 (HIT 創客咖啡)	—	O	O	O
7	FT창업카페 (FT創業咖啡)	O	—	—	—
8	똑딱창업카페 嘀嗒创业咖啡	O	—	—	—

9	광곡창업카페 (光谷創業咖啡)	O	---	---	---
10	Sanyou Coffee	O	---	O	O
11	Inno Valley	O	---	O	O
12	창업루빅큐브창업투자카 페공간 (創業魔方創投咖啡空間)	O	O	---	O
13	정일하창업카페 (停壹下創業咖啡)	O	O	---	O

[표 5-1] 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 주변 지역 용도

5.1.2 연구 대상 창업카페의 입지 분석

앞 부분에서 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 대략적인 입지 선호 특징을 도출하였다. 이어서 본 연구에서 검토되는 Sanyou Coffee 와 Inno Valley 2 개의 창업카페의 입지는 구체적으로 어떠한 특성을 가지는 지를 살펴보기 위해, 2 개의 창업카페의 입지 현황을 고찰하였고 분석 도면 [그림 53]과 같이 선정된 창업카페와 일반적 카페 총 4 개의 카페의 위치와 주변 지역 용도를 표시하였다.



[그림 53] 연구 대상 카페의 입지 분석도

우선 전제적으로 보면, 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)과 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)는 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)의 남부에 위치한다. 제 3 장의 대상지 소개에 의하면, 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)는, 첨단기술기업과 그의 연구개발센터, 산업기술개발 센터, 연구원과 각 종류의 중국 국가급(國家級), 선전시(深圳市) 시급(市級) 실험실 등의 연구개발 시설이 집중적으로 배치된 지역이다. 특히 그의 남부 지역은 선전 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)의 연구개발, 정보, 전시 및 상업 중심이다. 이를테면 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區) 내부 첨단기술 혁신, 교류 등의 활동이 가장 활발한 지역에는 연구 대상 창업카페가 위치한다.

다음으로 각 카페가 위치하는 지역을 살펴본다. Sanyou Coffee 의 경우, Sanyou Coffee 는 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)에 위치하고 사이버대학원 주변에 선전대학교, 첨단과학기술산업지역과 주거지역이 배치된다. 한편 Inno Valley 의 경우, Inno Valley 는 선전 소프트웨어 산업기지에 위치하며 주변에 선전대학교, 첨단과학기술산업지역, 공원 녹지, 주거지역이 배치된다. 연구 대상

창업카페의 입지 주변에 공통적으로 첨단과학기술산업지역과 선전대학교(深圳大學), 주거지역이 배치된다는 것을 알 수 있다. 이와 앞부분에 도출된 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 입지 선호 특징과 비슷하게 나왔고 더불어 주거지역이 본 연구 대상 창업카페의 입지 특징에 추가되었다.

마지막으로 Sanyou Coffee 가 위치한 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)과 Inno Valley 가 위치하는 선전 소프트웨어 산업기지의 특성을 고려한다. 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)은 선전시(深圳市) 정부와 중국 국내외 각 명문대학교와 협력하여 건설한 창신형 산학연 단지이고 선전 소프트웨어 산업기지는 소프트웨어 및 정보기술 기업을 위해 건설된 전면적인 공공서비스 플랫폼이며, 선전시(深圳市) 소프트웨어 산업, 정보기술 산업 집적 단지이다. 그러므로 2 개의 연구 대상 창업카페는 과학기술을 적극적으로 연구개발하고 혁신 능력이 뛰어난 단지에 위치할 뿐만 아니라 대학교, 기업, 연구 기관 간의 협력과 교류를 추진하는 지역에 위치하는 경향을 갖고 있음을 알 수 있다.

위에서 설명한 내용을 요약하면, 본 연구에서 검토되는 2 개의 창업카페의 도시적 입지 선호 특성을 도출할 수 있다. 연구 대상 카페의 도시적 입지 선호 특성은 다음과 같다: 1) 일반적 창업카페와 같이, 첨단기술산업단지, 대학교, 연구 기관에 배치되는 것에 더불어 주거지역 주변에 배치되는 것이다. 2) 첨단기술 등의 과학기술 혁신을 위하여 산학연 협력과 교류가 활발한 지역에 배치되는 것이다.

제 2 절 창업카페 주변 공간 분석

5.2.1 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)

창업카페의 입지 특성에 이어서 더 디테일하기 창업카페와 주변 도시 공간이 가지는 관계를 살펴보기 위해, 창업카페와 주변 지역, 건축물, 교통 시설과의 관계를 연구하도록 한다. 그러므로 본 소절에서 각 연구 대상 창업카페의 주변 공간을 분석하도록 한다.

우선 창업카페 Sanyou Coffee 와 일반적 카페 Dots Coffee 가 위치하는 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)을 중심으로 공간 분석을 진행한다. 아래 [그림 54-57]과 같이 창업카페 주변 공간 분석은 ‘지역 용도’, ‘건축물 기능’, ‘건축물 층수’ 및 ‘교통 분석’으로 구성된다.

[그림 54]과 같이 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)은 선전 고신기술산업 개발구(深圳高新技術產業開發區)의 남부 지역에 위치하고 있으며 주변에 선전대학교(深圳大學校), 신형산업지역과 주거지역이 사이버대학원(虛擬大學園)을 둘러싸고 있다. 그의 내부 주로 정부 및 단체 용지, 신형산업지역과 오픈스페이스가 배치되어 있다. 그중 신형산업지역과 정부 및 단체 용지라는 어휘는 중국에서 사용되는 도시계획 용어이다. 신형산업지역은 2014 년 ‘선전시 도시계획표준 및 준칙(深圳市城市規劃標準與準則)’에 추가된 용도 지역이다. 신형산업지역은 연구 개발, 창신, 디자인, 중간 단계 시험 등의 오염이 없는 기능을 가지는 창신형 산업과 그의 부설 지역을 가리킨다. 정부 및 단체 용지는 중국 정부와 사회 단체가 해당 토지의 사용권을 소지하고 사용권을 시장화 경영 및 공익 경영 2 가지의 방식으로 사용권을 분양하고 관리할 수 있는 지역이다. 본 연구 중 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)의 경우, 선전시(深圳市) 정부와 각 대학교가 토지 사용권을 소지하고 사용권을 분양을 통해 산학연 협력을 추진하는 지역이다.

또한 [그림 55]와 같이 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부에 주로 대학교 산학연 빌딩, 협동 연구개발 빌딩, 첨단기술 오피스 빌딩이 배치되어 있다. Sanyou Coffee 는 선전 사이버대학원 원교 산업화 종합빌딩(深圳虛擬大學園院校產業化綜合樓)이라는 대학교간의 협동 연구개발 빌딩의 1,2 층에 위치하여 있으

며 Dots Coffee 는 선전 사이버대학원 원교 산업화 종합빌딩(深圳虛擬大學園院校產業化綜合樓) 동측의 난징대학교선전산학연기지(南京大學深圳產學研基地)라는 대학교 산학연 빌딩의 1 층에 위치하여 있다.

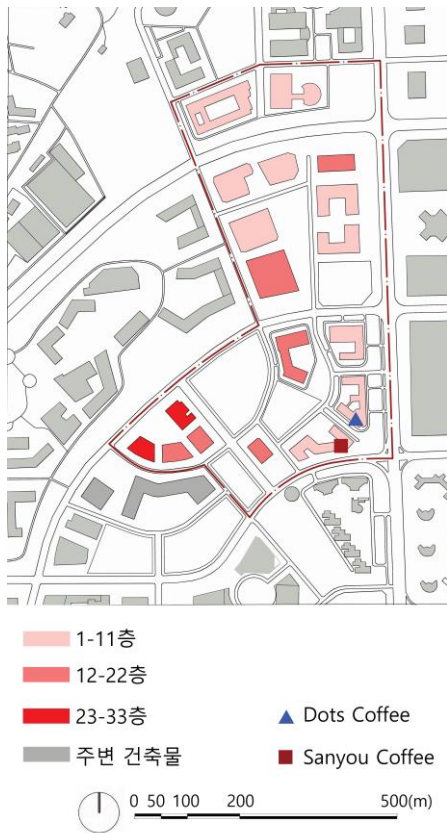
[그림 56]과 같이 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부 건축물들의 층수는 7-25 사이에 있으며 그중 7-16 층의 건축물이 다수이다. 마지막으로 [그림 57] 과 같이 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부에는 지상 주차장과 지하 주차장이 배치되어 있으며 도로의 도달성이 좋고 편리한 교통 시설이 구비된다,



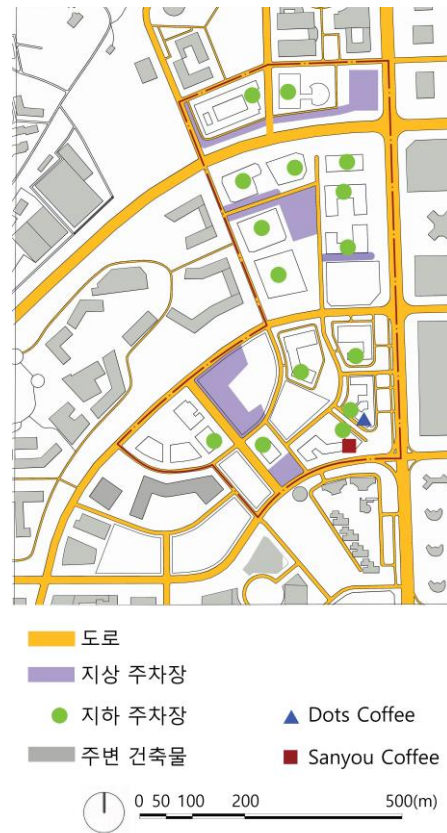
[그림 54] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부 및 외부 지역 용도 분석 도면



[그림 55] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부 건축물 기능 분석 도면



[그림 56] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내부 건축물 층수 분석 도면



[그림 57] 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 교통 분석 도면

5.2.2 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)

다음으로 창업카페 Inno Valley 와 일반적 카페 Starbucks 가 위치한 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)를 중심으로 공간 분석을 진행한다. [그림 58]과 같이 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)는 고신기술산업개발구(深圳高新技術產業開發區)의 남부 지역에 위치하고 있으며 주변에 선전대학교(深圳大學), 신형산업 지역, 주거지역과 오픈스페이스로 둘러싸고 있다.

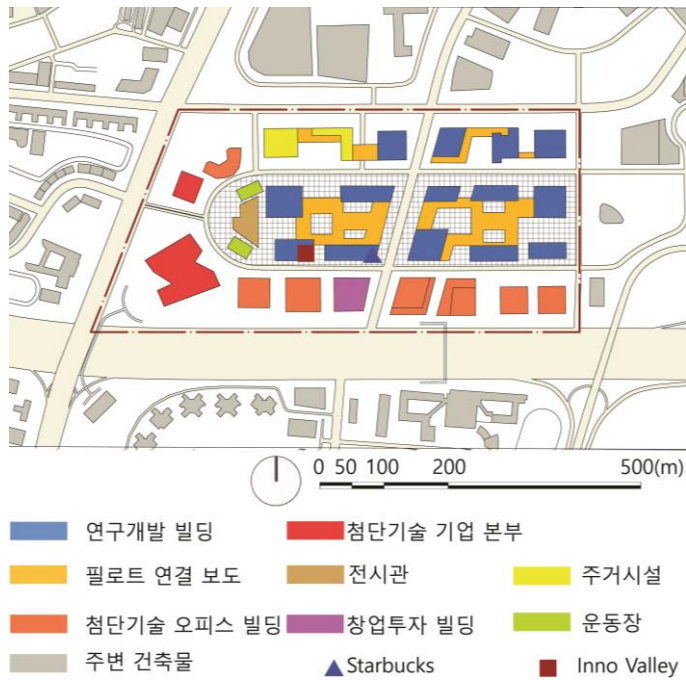
[그림 59]와 같이 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 내부에 주로 연구개발 빌딩, 첨단기술 오피스 빌딩, 첨단기술 기업 본부 빌딩, 창업투자 빌딩, 창업광장, 운동장과 서비스 시설이 배치되어 있고 중부와 북부의 연구개

발 빌딩은 2 층의 필로티 복도로 연결되어 있다. 그러므로 각 연구개발 빌딩 내에 일하는 사람들은 건축물에서 나갈 필요가 없이 복도를 사용해서 다른 건축물에 도착할 수 있다는 편리성 때문에 연구개발자 간의 교류를 추진하고 창신 활동의 효율성을 향상시킨다. 또한 [그림 60]과 같이 가운데의 창업광장을 둘러싸는 바깥쪽 코스에 22-50 층의 고층 첨단기업 본부 빌딩과 첨단기술 오피스 빌딩이 배치되어 있어 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 대표적인 이미지를 형성하고 활발한 창신·창업 분위기를 형성한다.

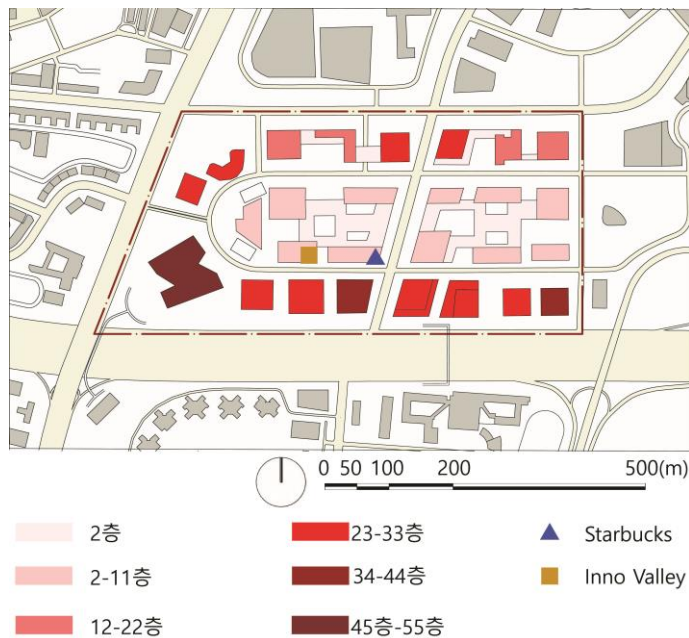
또한 [그림 61]과 같이 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 남측과 서측은 선전시(深圳市) 난산구(南山區)의 간선 도로와 인접하고 도로의 도달성이 높고 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 접근성이 높다. 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)는 내부 지하 주차장이 구비되어 충분한 주차 공간을 제공한다.



[그림 58] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)
내부 및 외부 지역 용도 분석 도면



[그림 59] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 내부 건축물 기능 분석 도면



[그림 60] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 내부 건축물 층수 분석 도면



[그림 61] 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)
내부 도로 및 주차장 분포 분석 도면

제 3 절 창업카페 주변 시설의 분포 분석

앞부분에서 선전시(深圳市) 전체 지역과 선전 고신기술산업개발구(高新技術產業開發區)의 범위 내의 지역 특성과 주변 지역의 용도를 중심으로 창업카페의 도시적 입지 특성을 도출하고 창업카페 주변 공간을 파악하기 위해 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)과 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 2 개의 대상지의 공간을 분석하였다. 이어서 본 소절에서는 창업카페를 중심으로 600m의 반경 범위 내에 주변 시설의 분포 현황 분석을 하고 창업카페 주변 시설의 분포 특성을 살펴보고자 한다. 이를 통해 창업카페와 같이 지속적이고 활발한 창업 환경을 조성하는데 필요한 시설과 그 시설들의 분포 특성을 파악할 수 있다.

5.3.1 데이터의 획득 및 처리 방식

여기에 사용된 분석 데이터는高德(高德) 데이터 오픈 플랫폼의 ‘web 서비스 API(web 服務 API)’를 통해 얻은 주변 시설의 POI 데이터이다. 데이터를 획득하고 분석하는 구체적인 절차는 다음과 같다.

우선高德(高德) 데이터 오픈 플랫폼에서 개발권한을 신청한 뒤 ‘key’라는 개발권한 코드 번호를 얻는다. 이어서 ‘web 서비스 API(web 服務 API)’항목 하의 ‘수색(搜索) 서비스 API’ 서비스를 사용한다. ‘수색(搜索) 서비스 API’는 한 가지의 HTTP 인터페이스로서 다양한 POI 정보를 검색하는 기능을 제공한다. 본 연구에서 사용하는 POI 검색 기능은 ‘주변 수색(搜索)’이다. 아래 [그림 62]의 예시와 같이 제시된 요청 URL 을 작성하여 웹 브라우저의 주소를 입력하 듯이 요청 URL 을 입력하여 검색하면 필요한 각 종류 주변 시설의 지리좌표를 표시하는 JSON 데이터를 얻는다:

```
http://restapi.amap.com/v3/place/around?key=신청한 key 의 번호&location=113.944748,22.527154&keywords=&types=150000&radius=600&offset=50&page=1&extensions=all
```

[그림 62] 요청 URL 예시도

이것은 Sanyou Coffee 를 중심으로 600m 반경의 범위 내에 교통시설을 검색하는 요청 URL 이다. [표 5-2]에 제시한 방법에 따라 요청 URL 의 내용을 변경하여 검색하면 다양한 POI 지리좌표 데이터를 얻을 수 있다.

순서	항목	의미	필수 여부	본 연구의 필수항목
1	key	최초에 신청한 개발권한 번호	필수	○
2	location	검색 중심지의 지리좌표	필수	○
3	keywords	검색 키워드	선택	—
4	types	검색하는 주변 시설 POI의 유형	선택	○
5	radius	검색 반경	선택	○
6	offset	1페이지에 표시되는 POI의 수량	선택	○
7	page	현재의 페이지수	선택	○
8	extensions	받을 수 있는 기본적인 지리 정보의 유형이다. 일반적으로 'all'로 입력됨.	선택	○

[표 5-2] 요청 URL 작성 항목 설명

(출처: <https://lbs.amap.com/api/webservice/guide/api/search#around>)

본 연구의 경우, ‘location’은 창업카페의 지리좌표로 설정하였다. ‘radius’는 카페의 근접성을 고려하고 10 분 보행거리 600m 로 검색 반경을 설정하였다. ‘offset’은 해당 서비스가 제공하는 최대치로 설정하였으며 ‘page’는 ‘1’부터 데이터를 다 검색되는 페이지수까지 계속 변경하여 전체 POI 를 검색하였다. 그중 ‘types’는 고덕(高德) 데이터 오픈 플랫폼이 제공하는 POI 의 유형과 그의 코드 번호는 [그림 63]과 같다.

	A	B	F	G	H
1	序	NEW_TYP	Big Category	Mid Category	Sub Category
2	1	010000	Auto Service	Automobile Service Related	Automobile Service Related
3	2	010100	Auto Service	Filling Station	Filling Station
4	3	010101	Auto Service	Filling Station	Sinopec
5	4	010102	Auto Service	Filling Station	PetroChina
6	5	010103	Auto Service	Filling Station	Shell
7	6	010104	Auto Service	Filling Station	Mobil
8	7	010105	Auto Service	Filling Station	Caltex
9	8	010107	Auto Service	Filling Station	FEOSO
10	9	010108	Auto Service	Filling Station	BP PetroChina
11	10	010109	Auto Service	Filling Station	BP Sinopec
12	11	010110	Auto Service	Filling Station	TOTAL
13	12	010111	Auto Service	Filling Station	ESSO
14	13	010112	Auto Service	Filling Station	TOTAL-SINOCHEN
15	14	010200	Auto Service	Other Energy Station	Other Energy Station
16	15	010300	Auto Service	Filling Station	Filling Station
17	16	010400	Auto Service	Automobile Maintenance	Automobile Maintenance
18	17	010401	Auto Service	Automobile Maintenance	Add Water Station
19	18	010500	Auto Service	Car Wash	Car Wash
20	19	010600	Auto Service	Automobile Club	Automobile Club
21	20	010700	Auto Service	Automobile Rescue	Automobile Rescue
22	21	010800	Auto Service	Automobile Parts Sale	Automobile Parts Sales
23	22	010900	Auto Service	Automobile Rental	Automobile Rental
24	23	010901	Auto Service	Automobile Rental	Rent-a-Car Return
25	24	011000	Auto Service	Used Automobile Dealer	Used Automobile Dealer
26	25	011100	Auto Service	Charging Station	Charging Station

[그림 63] 고덕(高德) 데이터 오픈 플랫폼이 제공하는 POI 유형과 코드 번호

제공된 POI의 유형은 ‘Auto Service’ ‘Auto Dealers’ ‘Auto Repair’ ‘Motorcycle Service’ ‘Food & Beverages’ ‘Shopping’ ‘Daily life Service’ ‘Sports & Recreation’ ‘Medical Service’ ‘Accommodation Service’ ‘Tourist Attraction’ ‘Commercial House’ ‘Governmental Organization & Social Group’ ‘Science/Culture & Education Service’ ‘Transportation Service’ ‘Finance & Insurance Service’ ‘Enterprises’ ‘Road Furniture’ ‘Place Name & Address’ ‘Public Facility’ ‘Incidents and Events’ ‘Pass Facilities’ 22개의 1급 구분이 있으며 각 1급 분류 하에 2급 분류와 3급 분류가 있다. 본 연구에서 필요한 POI의 유형을 교육시설, 금융 및 보험시설, 상업 시설, 교통 시설, 문화 및 체육 시설, 그리고 공공기관 6가지로 정리하고 ‘type’의 코드 번호를 정리하였다.

다음으로 요청 URL을 입력함으로써 얻은 Json 형식의 데이터를 CSV 형식으로 전환한 후, 고덕(高德) 데이터 오픈 플랫폼이 제공하는 ‘데이터 시각화’ 서비스를 통해 6가지의 주변 시설의 종류에 따라 주변 시설의 위치를 고덕지도(高德地圖)에서 표시하였다.

5.3.2 창업카페 주변 시설 분포 분석 내용

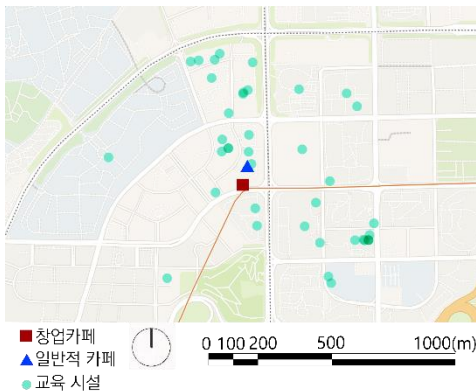
위와 같은 데이터 처리 방법에 따라, 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園)과 소프트웨어산업기지 2 개의 대상지 내의 연구 대상 창업카페, 즉 Sanyou Coffee 와 Inno Valley 의 주변 시설의 분포 수량과 분포 위치 2 가지 방면에서 분포 현황을 파악할 수 있다. 이어서 다음의 내용에서 각 연구 대상 창업카페를 주변 시설의 분포 수량과 분포 위치로 나누어 검토한다.

한편, 우선 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내 Sanyou Coffee 의 주변 시설 분포 수량은 아래 [표 5-3]과 같이 표시되었다. 그중 상업시설은 66.2%의 비율로 가장 많으며 수량이 많은 순으로 이어서 금융 및 보험 시설 14%, 교육 시설 9.7%, 교통시설 3.9%, 문화 및 체육 시설 3.2%, 마지막으로 공공 기관의 비율은 2.9%로 가장 낮다. 각 시설의 세부적 비율을 보면, 교육 시설 중에 학교, 교육훈련기구와 연구기관은 상대적으로 분포 수량의 균형이 있으며, 상업 시설의 경우 음식점의 비율은 29.2%이고 기타 상업 시설 비율의 총합에 비해 적지만 상업 시설의 한 가지로서 많은 편이다. 교통 시설의 경우, 버스정류장이 지하철역보다 많다는 것이 일반적 교통 시설의 분포 방식과 비슷하며, 문화 시설 및 체육시설의 경우 문화시설이 없고 체육시설은 3.2%의 비율을 차지한다.

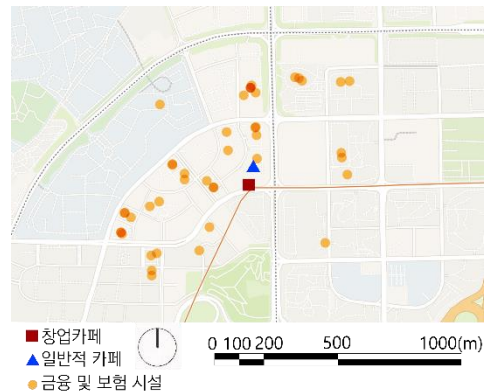
시설 유형		수량	비율	세부적인 비율
교육 시설	학교	8	9.7%	2.6%
	연구기관	10		3.2%
	교육훈련기구	12		3.9%
금융 및 보험 시설		43	14.0%	14.0%
상업 시설	음식점	90	66.2%	29.2%
	기타 상업시설	114		37.0%
교통 시설	버스정류장	10	3.9%	3.2%
	지하철역	2		0.6%
문화 및 체육 시설	문화시설	0	3.2%	0.0%
	체육시설	10		3.2%
공공 기관		9	2.9%	2.9%
총계		308	100.0%	100.0%

[표 5-3] Sanyou Coffee 주변 시설 분포 수량 통계표(단위: 개)

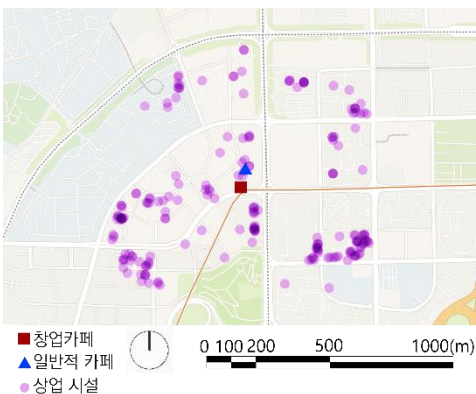
다음으로 Sanyou Coffee 를 중심으로 600m 의 반경 범위 내, 시설들의 분포 수량을 살펴본다. 수량 분포 분석한 결과 [그림 64-69]와 같이, 상업 시설이 가장 많고 그 다음으로 금융 및 보험 시설, 교육 시설이 많이 분포해 있다. 교통 시설, 문화 및 체육 시설과 공공 기관이 상대적으로 적은 편이라는 것을 알 수 있다. 더불어 주변 시설의 분포 위치를 보면, 상업 시설, 교육 시설, 금융 및 보험 시설은 상대적으로 균형이 있게 배치되는 반면에 교통 시설, 문화 및 체육 시설, 그리고 공공 기관은 특정 방향에만 집중된 편이다.



[그림 64] Sanyou Coffee 주변 교육 시설 분포 도면



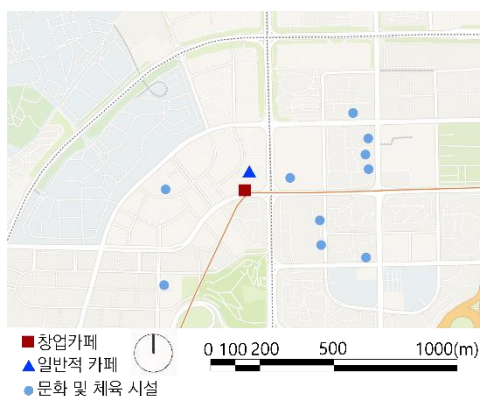
[그림 65] Sanyou Coffee 주변 금융 및 보험 시설 분포 도면



[그림 66] Sanyou Coffee 주변 상업 시설 분포 도면



[그림 67] Sanyou Coffee 주변 교통 시설 분포 도면



[그림 68] Sanyou Coffee 주변 문화 및 체육 시설 분포 도면



[그림 69] Sanyou Coffee 주변 공공 기관 분포 도면

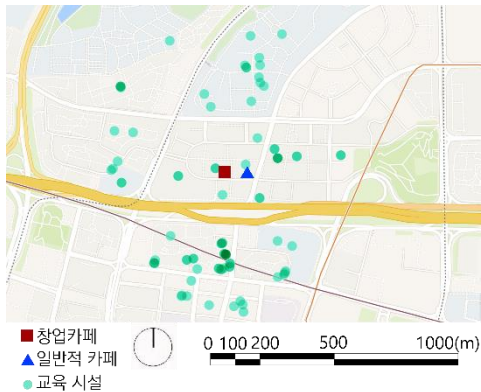
다른 한편으로, 우선 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)에 위치하는 Inno Valley의 주변 시설 분포 수량을 [표 5-4]와 같이 살펴본다. 그중 상업시설의 비율은 82.4%이고 압도적으로 가장 많으며 수량이 많은 순으로 이어서 교육시설 9.5%, 문화 및 체육 시설 3.2%, 금융 및 보험 시설 2.1%, 마지막으로 교통 시설의 비율과 공공 기관의 비율은 각 1.5%와 1.4%로 가장 적은 편이다. 각 시설의 세부적 비율을 보면, 교육 시설 중에 연구기관의 비율은 6.9%로 다수를 차지하고 학교의 비율은 1.9%이며 교육훈련기구의 비율은 0.6%로 가장 적다. 상업 시설의 경우, 음식점이 상업시설의 한 가지로서의 비율은 45.1%이며 기타 상업 시설 총합 비율 37.3%에 비해 더 많다는 것이다. 교통 시설의 경우 Sanyou Coffee와 마찬가지로, 버스정류장이 지하철역보다 많다는 것이 일반적 교통 시설의 분포 방식과 비슷하고 문화 시설 및 체육시설의 경우 문화시설의 비율이 0.2%이며 체육시설은 2.7%로 다수를 차지한다.

시설 유형		수량	비율	세부적인 비율
교육 시설	학교	18	9.5%	1.9%
	연구기관	66		6.9%
	교육훈련기구	6		0.6%
금융 및 보험 시설		20	2.1%	2.1%
상업 시설	음식점	429	82.4%	45.1%

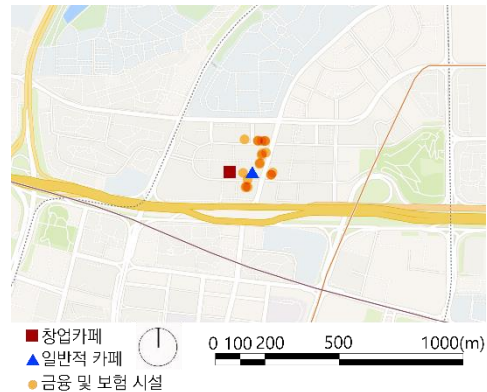
	기타 상업시설	355		37.3%
교통 시설	버스정류장	11	1.4%	1.2%
	지하철역	2		0.2%
문화 및 체육 시설	문화시설	4	3.2%	0.4%
	체육시설	26		2.7%
공공 기관		14	1.5%	1.5%
총계		951	100%	100%

[표 5-4] Inno Valley 주변 시설 분포 수량 통계표(단위: 개)

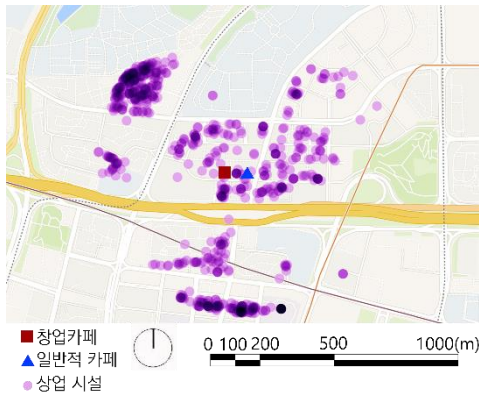
현황은 아래 [그림 70-75]와 같다. Inno Valley 를 중심으로 600m 의 반경 범위 내, 시설들의 분포 수량을 보면, 상업 시설이 압도적인 수량으로 가장 많으며 그 다음으로 교육 시설과 문화 및 체육 시설이 상대적으로 많다. 금융 및 보험 시설, 공공 기관과 교통 시설은 상대적으로 적은 편이다. 시설의 분포 위치의 방면, 상업 시설, 교육 시설, 문화 및 체육 시설은 상대적으로 균형이 있게 배치되는 반면, 교통 시설, 공공 기관이 특정 방향에만 집중되며 금융 및 보험 시설은 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)의 중심에 집중된다는 것을 알 수 있다.



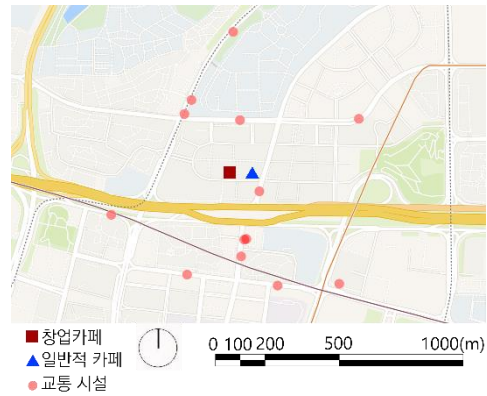
[그림 70] Inno Valley 주변 교육 시설 분포 도면



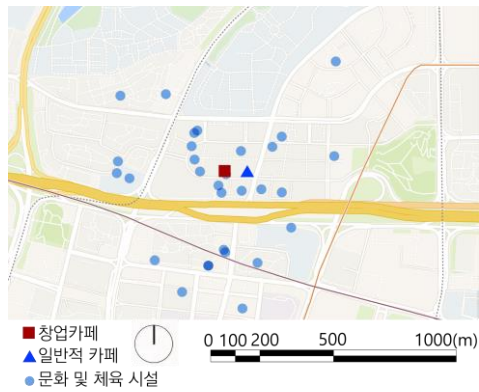
[그림 71] Inno Valley 주변 금융 및 보험 시설 분포 도면



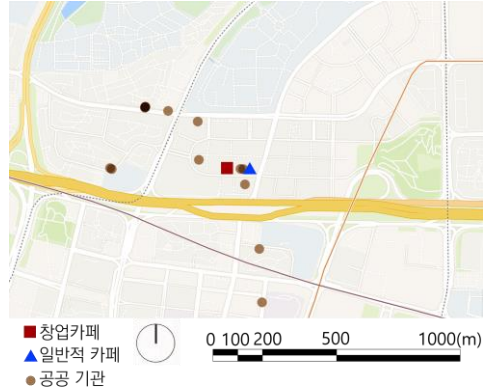
[그림 72] Inno Valley 주변 상업 시설
분포 도면



[그림 73] Inno Valley 주변 교통 시설
분포 도면



[그림 74] Inno Valley 주변 문화 및 체
육 시설 분포 도면



[그림 75] Inno Valley 주변 공공 기관
분포 도면

이에 선전 사이버대학원(深圳虛擬大學園) 내의 Sanyou Coffee와 선전 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地) 내의 Inno Valley 2 개의 창업카페 주변 시설의 분포 현황을 보면, 창업카페 주변 시설의 분포특성을 파악할 수 있다. 창업카페 주변에 상업 시설, 교육 시설은 가장 많고 균형이 있게 분포한다. 금융 및 보험 시설은 경우에 따라 한 곳에 밀집되거나 균형이 있게 다수 분포하는 특성이 있다. 그중 문화 및 체육 시설이 균형이 있게 많이 분포하는 경우도 있으며 특정한 방향에만 배치된 경우도 있으며 교통 시설과 공공 기관의 서비스 범위에 따라 수량이 적기 때문에 특성에 포함되지 않게 처리되었다.

제 4 절 분석 결과

본 장에서 창업카페의 주변 도시 공간 특성을 입지와 주변 시설 2 개의 방면으로 고찰하였다. 그중 창업카페의 입지 특성에 관한 고찰은 선전시(深圳市) 전체 창업카페의 입지 특성과 본 연구의 연구 대상 창업카페의 입지 특성 2 부분으로 구성되었고 창업카페 주변 시설에 관한 고찰은 2 개의 연구 대상 창업카페를 중심으로 600m 의 반경 범위 내 분포하고 있는 시설의 수량과 분포 위치를 살펴보았다. 이러한 맥락에 따라 본 장에서 창업카페의 도시적 공간 특성에 대한 분석 결과는 다음과 같다.

창업카페 입지의 특성은 다음과 같다. 우선, 선전시(深圳市) 전체 창업카페 입지 특성의 경우, 선전시(深圳市) 창업카페들이 혁신 실력이 강한 지역에 밀집되는 경향으로 인해 선전시(深圳市) 창업카페들이 선전 난산구에 밀집되어 있다. 다음으로, 선전시(深圳市) 창업카페의 입지 선호는 높은 순으로 첨단기술 산업단지, 대학교, 기타 산업단지, 그리고 연구기관이 배치된 지역 주변을 선호하는 특징이 있다. 마지막으로, 본 연구에서 검토되는 2 개의 창업카페의 도시적 입지 선호 특성은 이를 기반으로 주거지역 주변에 배치되고 첨단기술 등의 과학기술을 혁신을 위하여 산학연 협력과 교류가 활발한 지역에 배치된다는 것이다.

창업카페 주변 시설의 분포 특성의 경우, 창업카페 주변의 시설 분포 특성은 상업 시설, 교육 시설과 금융 보험 시설의 분포 특성을 통해 나타났다. 상업 시설, 교육 시설은 가장 많고 균형이 있게 분포하며 금융 및 보험 시설은 경우에 따라 한 곳에 밀집되거나 균형이 있게 다수 분포하는 특성이 있다.

제 6 장 결론 및 시사점

본 연구는 현장 조사, 지도 분석, 참여관찰, 설문지와 인터뷰를 종합적으로 활용하여 창업카페의 도시적 공간과 내부 공간의 특성을 탐구하고자 하였다. 그중 도시적 공간에 관한 고찰은 현장 조사 및 지도 분석을 통해 선전시 전체 창업카페와 연구 대상 창업 카페의 입지 특성 및 주변 시설의 분포 특성을 도출하였다. 현장 조사, 참여관찰, 설문조사 및 인터뷰를 활용하여 수집된 데이터로 창업카페의 내부 공간의 구조 특성, 이용 행위 특성 및 운영 방식 특성을 도출하였다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

창업카페의 내부 공간 특성을 분석한 결과는 다음과 같은 3 부분으로 나누어 도출된다:

첫 번째, 창업카페의 내부 공간 구조 특성은 면적이 크고 2 층 공간을 구비하였으며 다양한 테이블 공간을 갖추었을 뿐만 아니라, 1 층에 큰 면적인 유연한 공간과 프로젝트가 구비되고 2 층에 많은 독립적 공간을 제공하는 것이다.

두 번째, 이용 행태의 특성은 다음과 같다. 우선, N-W 행태와 W 행태가 공동적으로 작용한 결과로서 창업카페는 일반적 카페에 비해, 요일과 시간의 영향을 받아 테이블 점유율의 급격한 변화를 드러내는 것이다. 또한, 창업카페는 평일에 주로 식사를 제공하고 주말에 대형 창업 활동을 진행함으로써 테이블 점유율을 창출한다. 다음으로, 창업카페의 1 층은 상대적으로 공공성과 유동성이 강하며 2 층은 주로 일과 관련된 행태가 분포한다. 평일 점심시간과 휴일 대형 회의가 있을 경우, W 행태 혹은 N-W 행태 중의 한 가지만이 창업카페의 장소성을 주도하여 창업카페는 시간에 따라 장소성의 차이가 크다는 것이다.

세 번째, 창업카페의 운영 방식 특성은 다음과 같다. 우선, 창업카페는 음식물만으로 수익을 얻지 않고 공간 임대와 창업투자에서도 수익을 창출한다. 다음으로, 임대료의 방면, 창업카페는 정부의 지원에 의뢰성이 높으며 정부 지원을 계

속 받거나 공공의 건축물에 입주하는 것이 중요하다. 마지막으로, 창업카페는 창업에 관한 활동을 진행함으로써 사용자를 흡인하여 창업을 추진하고 수익을 창출한다.

창업카페의 주변 도시 공간을 분석한 결과는 다음과 같다:

첫째, 창업카페 입지의 특성의 경우, 우선 선전시(深圳市) 창업카페는 혁신 실력이 강한 지역에 밀집되는 경향이 있어 입지 선호가 높은 순으로 첨단기술 산업단지, 대학교, 기타 산업단지, 그리고 연구기관이 배치된 지역 주변을 선호하는 특징이 있다. 다음으로, 본 연구에서 검토되는 2 개의 창업카페의 도시적 입지 선호 특성은 이에 더불어, 주거지역 주변에 배치되고 첨단기술 등의 과학기술을 혁신을 위하여 산학연 협력과 교류가 활발한 지역에 배치된다.

둘째, 창업카페 주변에 시설 분포 특성은 상업 시설, 교육 시설과 금융 보험 시설의 분포 특성을 통해 나타났다. 상업 시설, 교육 시설은 가장 많고 균형이 있게 분포하며 금융 및 보험 시설은 경우에 따라 한 곳에 밀집되거나 균형이 있게 다수 분포하는 특성이 있다.

이처럼 본 연구는 일하는 장소이자 일에서 벗어나는 장소인 창업카페의 공간적 특성과 이용 행태의 특성을 도출함으로써 창신과 창업을 추진하는 과정 중에 나타나는 창업카페의 일부 특성을 밝혔다. 이를 통해 본 연구는 향후 첨단기술산업단지 등의 활발한 창업과 창신을 추진하는 지역에 대한 도시설계 과정 중에 참고자료로서 의미를 가진다. 본 연구는 중국 선전시(深圳市) 사이버대학원(虛擬大學園)과 소프트웨어산업기지(深圳軟件產業基地)를 중심으로, 창업카페와 일반적 카페를 비교함으로써 창업카페의 특성을 발굴하였다. 지역 문맥에 따라, 다른 지역의 창업카페는 다양한 특성을 가질 수 있으며 도시의 발전에 따라 창업카페의 공간적 발전도 가능하기 때문에, 이후 창업카페의 특성에 대한 연구가 필요하고 유동적인 창업카페의 정체성을 계속 발굴하는 후속 연구가 추가되어야 한다.

참고 문헌

Cornell University, INSEAD, WIPO, The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation. Ithaca, Fontainebleau, and Geneva(2018).

Jeffres L, Bracken C, Jian G, Casey M, “The impact of third places on community quality of life”, Applied Research in Quality of Life, vol. 4, issue 4 (2009) pp. 333-345.

Laurier E, “Drinking up endings: Conversational resources of the café”, Language and Communication (2008) 28(2) pp. 165-181.

Laurier E, “How breakfast happens in the café”, Time & Society, vol. 17, issue 1 (2008) pp. 119-134.

Laurier E, “An ethnography of a neighbourhood café: informality, table arrangements and background noise”, Journal of Mundane Behaviour, vol. 2, issue 2 (2010) pp. 195-232.

Stokowski P, “Languages of Place and Discourses of Power: Constructing New Senses of Place”, Journal of Leisure Research, vol. 34, issue 4 (2018) pp. 368-382 , Published by Informa UK Limited.

Oldenburg R, The Great Good Place (1999) New York, Paragon House, 16.

Oldenburg R, Brissett D, “The third place”, Qualitative Sociology, vol. 5, issue 4 (1982) pp. 265-284 Published by Kluwer Academic Publishers-Human Sciences Press.

Tumanan M, Lansangan J, “More than just a cuppa coffee: A multi-dimensional approach towards analyzing the factors that define place

attachment”, International Journal of Hospitality Management, vol. 31, issue 2 (2012) pp. 529-534.

김덕수, 권준범, “카페 이용의 리듬분석- 미국 텍사스 대학도시 카페의 이용패턴을 중심으로 -”大韓建築學會論文集 計劃系, 제 31 권 제 6 호(통권 320 호), 2015, pp. 35-44.

김은진, 스타트업의 창업 공간에 관한 연구-서울의 스타트업을 중심으로 -, 서울대학교 석사학위논문, 2013.

유수지, 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 만족도 분석-서울시내 무료로 이용 가능한 코워킹 공간 5 곳을 중심으로 -, 한성대학교 석사학위논문, 2017.

노승한, 장수진, 김진영, 김도년, “창업자들의 창업공간 구성과 선호에 관한 연구-창업전문가 인터뷰 및 창업자 설문 조사를 중심으로”, 한국도시설계학회지, Vol.18 No.6, 2017, pp. 109-124.

이강희, 양재혁, “카페의 공간 특성에 따른 이용 행태 영향요인에 관한 연구”, 대한건축학회 논문집: 계획계, Vol.20 No.8, 2004, pp13-21.

김혜인, 카페 공간의 사용화(私用化) 연구-역공간성을 중심으로-, 서울대학교 석사학위논문, 2018.

天津經濟課題組, “大眾創業 萬眾創新”, 天津經濟 5(2015) pp. 4-6.

國務院, “國務院關於大力推進大眾創業萬眾創新若干政策措施的意見”, 辦公自動化 6(2015) pp. 13-16.

呂力, 李倩, 方竹青, 喬輝, “眾創、眾創空間與創業過程”, 科技創業月刊 28.10(2015) pp. 14-15.

嚴旭, 魯德銀, “眾創空間發展策略探析”, 商業經濟研究 7(2016) pp. 103-104.

- 王德祿, “從創業主題咖啡館看人脈網絡建立”, 中關村 4(2012) pp. 38-38.
- 尚斌, “創業咖啡館的現在和未來”, 中國電信業 4(2014) pp. 68-69.
- 謝延釗, 郝壽義, “創業咖啡的作用機制簡析”, 現代經濟信息 21(2014) pp. 47-48.
- 吳向陽, “深圳高新區的城市設計問題探討”, 規劃師 20.8(2004) pp. 83-85.
- 鐘贊, 創新型城市的品牌建設研究——以深圳虛擬大學園為例, 中國廈門大學 碩士學位論文, 2011.
- 劉宇濠, 趙放, 曾國屏, “深圳虛擬大學園創新生態系統初探”, 特區經濟 6(2015) pp. 9-14.
- 焦輝, “NOCO 族：咖啡館就是我的辦公室”, 新智慧:財富版 10(2008) pp. 64-64.
- 謝延釗, 郝壽義, “創業咖啡的作用機制簡析”, 現代經濟信息 21(2014) pp. 47-48.
- 鮑宇廷, 段進, “社區共享：政府主導的創業空間規劃反思——以南京紫金科技創業社區為例”, 2018 中國城市規劃年會.
- 李延彬, 眾創空間的區位選擇及其內部空間優化研究——以深圳市為例, 中國廣州大學 碩士學位論文, 2017.
- “德勤—超級智能城市：更高質量的幸福社會”, Deloitte, n.d.

부록

설문지

안녕하십니까? 바쁘신 와중에도 본 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다.

저는 서울대학교 공과대학 협동과정 도시설계학 석사과정 중입니다. 현재 제가 “과학기술 혁신 지역 내부 혁신 공간”을 연구하기 위하여 혁신 교류 공간으로 인식되는 카페의 이용패턴에 대한 설문을 드리게 되었습니다.

귀하께서 응답해주신 모든 사항은 통계법규에 따라 익명으로 처리되며, 순수한 학문연구목적 이외에는 절대 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 여러분께서 응답하여 주신 내용은 모두 본 연구의 귀중한 자료가 되오니 적극적인 협조를 부탁드립니다. 끝으로 귀하의 성실한 답변과 귀중한 시간 내어 주신 것에 다시 한 번 감사드립니다.

2019년 3월

▲지도교수 : 서울대학교 공과대학 건설환경공학부 교수 권영상

▲연구자 : 서울대학교 공과대학 협동과정 도시설계학 석사과정 위자천

▲E-mail:

◎ 다음은 귀하의 일반적인 사항에 관한 문항입니다. 다음 문항을 읽으시고 해당되는 한 항목에 체크(✓) 해 주십시오.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

① 남성 ② 여성

2. 귀하의 나이는 어떻게 되십니까?

① 20~29세 ② 30~39세 ③ 40~49세 ④ 50세 이상

3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

① 고등학교 졸업 ② 대학교 재학 및 졸업

③ 대학원 재학 및 졸업 ④ 대학원 이상 ⑤ 기타_____

4. 귀하의 소속과 직업은 어떻게 되십니까?

5. 귀하의 월 평균 소득은 어떻게 되십니까?

- ① 6000위안 미만 (100만원미만)
- ② 6000~12000위안 미만 (100~200만원미만)
- ③ 12000~18000위안 (200~300만원미만)
- ④ 18000~24000위안 (300~400만원미만)
- ⑤ 24000~30000위안 (400~500만원미만)
- ⑥ 30000위안 이상 (500만원 이상)

◎ 다음은 귀하의 이용 패턴에 관한 문항입니다. 다음 문항을 읽으시고 해당되는 한 항목에 체크(√) 해 주십시오.

1. 귀하께서는 어디서 여기에 오셨습니까?

- ① 숙소(집, 호텔) ② 회사 ③ 대학교 ④ 연구원
- ⑤ 창업 인큐베이터 ⑥ 식당 ⑦ 기타: _____

2. 위와 같은 장소의 구체적인 위치는 어디입니까?

3. 귀하께서 어디에서 사업에 도움이 되는 사람과 자주 만나시고 교류하십니까?

- ① 카페 및 식당 ② 회사 ③ 대학교 ④ 연구원
- ⑤ 사업에 관한 행사 ⑥ 사업을 지원하는 서비스 정부기관/회사

4. 귀하께서는 평소 카페를 얼마나 자주 이용하십니까?

- ① 주 2회 이상 ② 월 1회 이하
- ③ 월 2~3회 ④ 월 4~5회 ⑤ 기타: _____회

5. 일반적으로 언제 카페를 방문하십니까?

① 평일: ____시쯤 ② 주말: ____시쯤 ③ 특정된 시간 없음 ④ 기타: _____

6. 카페 1회 방문 시 평균 이용시간은 어떠하십니까?

① 2시간이하 (☐즉석 포장 ☐잠시 앉음 ☐기타: _____)

② 2-3시간 ③ 3-5시간 ④ 6시간이상

7. 귀하께서는 누구와 같이 여기에 자주 오십니까?

① 회사 동료 ② 친구 및 친척

③ 비즈니스 파트너: ☐투자인 ☐창업자 ☐사업 관련 서비스 회사/직원 ☐기타

④ 혼자서 ⑤ 기타: _____

8. 귀하께서 카페를 이용하시는 목적은 무엇입니까? (복수 응답 가능)

① 근무 시간을 보내기 위해: ☐혼자 작업 ☐소형 회견 ☐단체 회의 ☐기타: _____

② 편리한 시설을 이용하기 위해: ☐회의실 ☐식당 ☐기타: _____

③ 창업 프로그램을 위해: ☐창업 교육 ☐아이디어 나눔 ☐기타: _____

④ 여가 시간 모임을 위해: ☐약속/데이트 ☐동아리 모임 ☐카페 학원 ☐기타: _____

⑤ 단순히 카페 제품을 즐기기 위해

9. 위에서 선택하신 목적을 주요순으로 배열하십시오:

10. 카페를 이용하실 때 1인당 평균 소비 금액은 얼마입니까?

① 60위안 미만 (1만원 미만)

② 60위안 이상 120위안 미만 (1만원 이상 2만원 미만)

③ 120위안 이상 180위안 미만 (2만원 이상 3만원 미만)

④ 180위안 이상 240위안 미만 (3만원 이상 4만원 미만)

⑤ 240위안 이상 (4만원 이상)

11. 카페에 방문하실 때 주로 이용하시는 교통수단은 무엇입니까?

① 도보 ② 버스 ③ 지하철

④ 자전거 ⑤ 자가용 ⑥ 택시

12. 주로 이용하시는 카페까지 가는데 걸리는 평균 소요시간은 어떻게 되십니까?

① 10분 미만 ② 10~20분 ③ 20~30분 ④ 30분~1시간 ⑤ 1시간 이상

13. 귀하께서 주로 이용하시는 카페 주변의 시설이 무엇입니까? (복수 응답 가능)

① 오피스텔 ② 인큐베이터 (□코워킹스페이스 □창업카페 □해커스페이스 □기타: _____) ③ 임대 회의실/임대

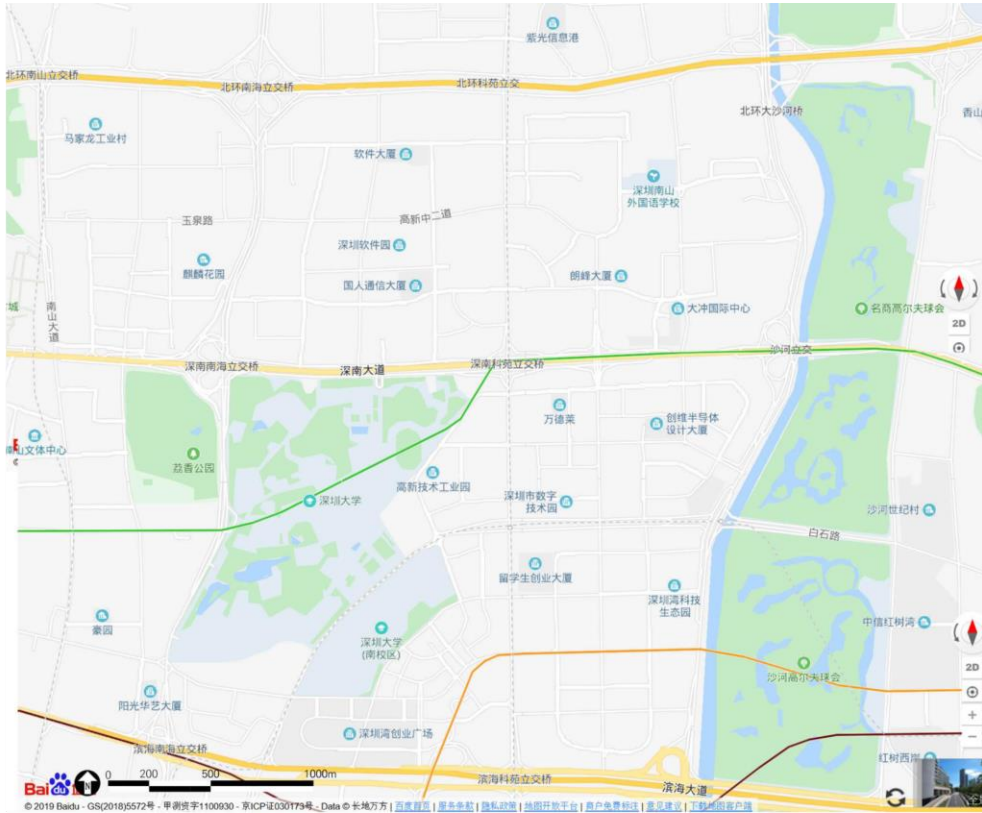
사무실 ④ 대학교 ⑤ 연구원 ⑥ 법률 사무소

⑦ 컨설팅회사 ⑧ 투자자문회사 ⑨ 공공서비스센터 ⑩ 은행

⑪ 인쇄소 ⑫ 편의점/상점 ⑬ 식당 ⑭ 운동장/헬스장

⑮ 호텔, 아파트 등 주거시설 ⑯ 기타: _____

14. 귀하께서 평소에 위와 같은 시설들을 이용하시는 동선과 소요시간을 도면에 표시하십시오.



◎ 다음은 귀하의 카페 선호에 관한 문항입니다. 다음 문항을 읽으시고 해당되는 한 항목에 체크(✓) 해 주십시오.

1. 카페를 선택하실 때의 선호기준을 우선순위로 세 가지를 골라주십시오.

① 위치 ②이용가격

③ 공간 크기 및 기능의 다양성(작업공간, 회의 공간, 휴식공간, 식사공간)

④ 교육 프로그램 및 여가 행사의 질

⑤ 실내 환경(조명, 청결도, 배경 음악 등) ⑥ 음식의 종류 및 맛

⑦ 교통 편리성 (주차공간, 소유시간, 접근방식) ⑧ 서비스의 질

⑨ 기타 _____

2. 귀하의 생각과 가장 일치하는 번호를 선택해주세요.

	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1	이 카페의 커피와 음식물은 맛이 있다.	①	②	③	④
2	이 카페의 분위기는 조용하다.	①	②	③	④
3	이 카페의 분위기는 활발한 교류에 도움이 된다.	①	②	③	④
4	이 카페에 접근하는 교통이 편하다.	①	②	③	④
5	이 카페는 사용하기에 경제적이다.	①	②	③	④
6	현재 내 사업은 잘 발전하고 있다.	①	②	③	④
7	동업과 교류 기획은 사업 발전에 도움이 되고 중요하다.	①	②	③	④
8	산학연 종사자 간의 교류와 협력은 과학기술 혁신에 도움이 되고 중요하다.	①	②	③	④
9	이 카페를 통해 많은 사람을 알게 된다.	①	②	③	④
10	위와 같은 사람 중에 내 사업과 관련되는 사람이 많다.	①	②	③	④
11	이 카페에 사업에 관한 프로그램은 많다.	①	②	③	④
12	이 프로그램을 통해 사업에 관한 지도를 받는다.	①	②	③	④
13	이 카페에 다양한 생활적인 행사는 많다.	①	②	③	④
14	행사를 통해 직장 생활이 재미있어진다.	①	②	③	④
15	프로그램과 행사를 통해 동업과 교류 기회를 얻는다.	①	②	③	④
16	이 카페는 사업에 도움이 잘 된다.	①	②	③	④
17	앞으로도 자주 이 카페를 이용하겠다.	①	②	③	④
18	가까운 거리에 다른 카페가 있어도 이 카페를 우선적으로 이용할 것이다.	①	②	③	④

3. 자주 이용하시는 카페의 이름을 생각나는 대로 적어주세요.

4. 위에 적으신 카페를 주로 이용하는 목적과 이유는 무엇입니까?

♣ 끝까지 응답해 주셔서 진심으로 감사합니다. ♣

调查问卷

您好。非常感谢您在百忙之中配合参加此次问卷调查！

我是韩国国立首尔大学工科学院城市设计学科的硕士研究生。目前我在进行“科技创新地区内部的创新空间”相关的研究。因此本次以科技创新空间之一的咖啡馆为研究对象，通过对顾客的问卷调查来了解咖啡馆的使用方式。

您在问卷中回答的所有内容均将做匿名处理，且不会被利用在一切与学术无关的其他用途上。您的回答内容将成为我硕士毕业论文的宝贵研究材料，希望您可以给予积极的配合和诚实的回答。再次感谢您抽出宝贵的时间来回答本次问卷！

2019年 3月

▲指导教师：韩国国立首尔大学工科学院建设环境工学部教授 权宁祥

▲研究者：韩国国立首尔大学工科学院城市设计学研究生 魏子川

▲E-mail：

◎ 以下是关于您的基本信息的问题。请您阅读以下的问题，在您符合的选项上打勾（√）。

1. 您的性别是？

① 男 ② 女

2. 您的年龄是？

① 20~29岁 ② 30~39岁 ③ 40~49岁 ④ 50岁以上

3. 您的学历是？

① 高中毕业 ② 大学在学/大学毕业

③ 硕士在学/硕士毕业 ④ 硕士以上 ⑤ 其他: _____

4. 您的所属单位和职业是?

5. 您平均每个月的收入是多少

① 不到6000元 ② 6000~12000元

③ 12000~18000元 ④ 18000~24000元

⑤ 24000~30000元 ⑥ 30000元以上

◎ 以下是关于您对咖啡馆的使用方式的问题。请您阅读以下的问题，在您符合的选项上打勾（√）。

1. 您是从哪里来到这里的?

① 住所（家，酒店） ② 公司 ③ 大学

④ 研究院 ⑤ 创业孵化器 ⑥ 饭店 ⑦ 其他: _____

2. 上一个问题中您所选择的地点的具体地址是?

3. 您通常在哪里与和自己的事业有关/有帮助的人见面交流呢?

① 咖啡馆与饭店 ② 公司 ③ 大学 ④ 研究院

⑤ 关于事业的外部活动 ⑥ 公共服务机构和服务公司 ⑦ 其他: _____

4. 您平时使用咖啡馆的频率是?

- ① 一周2次以上 ② 每月1次以下
③ 每月2-3次 ④ 每月4-5次 ⑤ 其他: _____

5. 您一般什么时候使用咖啡厅呢?

- ① 工作日: _____点左右 ② 周末: _____点左右
③ 没有特定的时间 ④ 其他: _____

6. 您平均每次在咖啡厅的使用时间是?

- ① 2小时以下: (☐ 打包外带 ☐ 简单坐坐 ☐ 其他: _____)
② 2-3小时 ③ 3-5小时 ④ 6小时以上

7. 您平时和谁一起来咖啡厅呢?

- ① 公司同事
② 朋友和亲戚
③ 商业伙伴: (☐ 投资者 ☐ 创业者 ☐ 和事业相关的服务公司的职员 ☐ 其他: _____)
④ 独自
⑤ 其他: _____

8. 您使用咖啡的目的是? (可多选)

- ① 度过工作时间: ☐独自工作 ☐小型会见 ☐团体会议 ☐其他:
- ② 使用这里的设施: ☐大型会议厅 ☐小型会议室 ☐其他: _____
- ③ 参加关于事业的活动: ☐创业相关教育 ☐创意分享 ☐其他: _____
- ④ 度过休闲娱乐时间: ☐聚会/约会 ☐兴趣团体 ☐咖啡馆的休闲活动 ☐其他: _____
- ⑤ 享受这里的饮食

9. 请您将上一个问题中所选的目的按主要顺序排列:

10. 您在咖啡厅每次人均消费是多少?

- ① 60元以下
- ② 60元-120元
- ③ 120元-180元
- ④ 180元-240元
- ⑤ 240元以上: _____元

11. 您来咖啡馆主要利用的交通方式是?

- ① 步行 ② 公交车 ③ 地铁
- ④ 自行车 ⑤ 自驾车 ⑥ 出租车

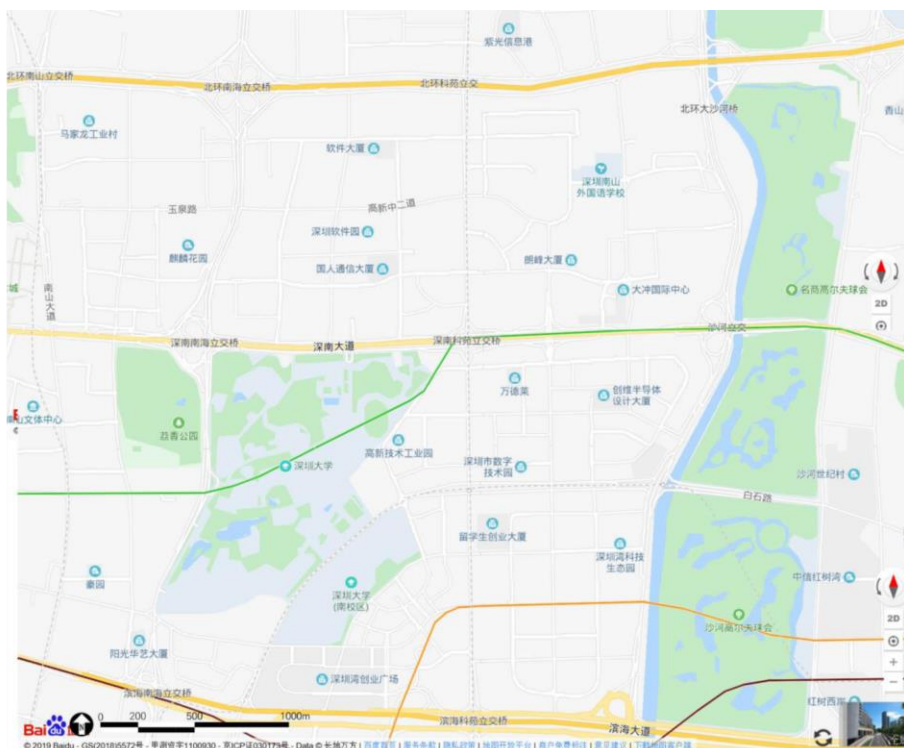
12. 您到咖啡馆平均需要多长时间?

- ① 不到10分钟 ② 10~20分钟 ③ 20~30分钟 ④ 30分钟~1小时 ⑤ 1小时以上

13. 您在咖啡馆周边主要利用的设施是? (可多选)

- ① 写字楼
- ② 孵化器 (☐创业咖啡馆 ☐众创空间 ☐其他孵化器: _____)
- ③ 租赁的公共会议室/办公室
- ④ 大学 ⑤ 研究院
- ⑥ 法律事务所 ⑦ 顾问咨询公司 ⑧ 公共服务大厅
- ⑨ 银行 ⑩ 便利店/商店 ⑪ 饭店 ⑬ 运动场/健身房
- ⑭ 酒店等居住设施 ⑮其他: _____

14. 请您将平时利用以上设施的移动路线、移动时间和停留时间在图面上表示出来。



◎ 以下是关于您对咖啡馆的选择基准的问题。请您阅读以下的问题，在您符合的选项上打勾（√）。

1.您选择咖啡馆的选择基准是？请按优先顺序选出3种。

- ① 地理位置 ② 价格
- ③ 空间的大小和空间的多样性 ④ 举行活动的质量
- ⑤ 室内环境(照明, 清洁程度, 背景音乐等) ⑥ 饮食的种类和味道
- ⑦ 交通的便利性 (停车空间, 所需时间, 到达方式的多样性)
- ⑧ 服务质量 ⑨ 其他: _____

2. 请您按符合程度选择与您想法最一致的选项。

	问题	完全 不一致	不一致	一致	非常 一致
1	这家咖啡馆的饮品和食物很好吃。	①	②	③	④
2	这家咖啡馆的气氛很安静。	①	②	③	④
3	这家咖啡馆对活泼的交流沟通很有帮助。	①	②	③	④
4	到这家咖啡馆的交通很方便。	①	②	③	④
5	这家咖啡馆的价格很经济。	①	②	③	④
6	现在我的事业按计划发展的很好。	①	②	③	④
7	和同行之间的交流机会对于我事业发展很有帮助且很重要。	①	②	③	④
8	产学研之间的交流合作对科技创新很有帮助且很重要。	①	②	③	④
9	通过这咖啡馆我认识了很多。	①	②	③	④
10	以上这些人中很多人对我的事业有帮助。	①	②	③	④
11	这家咖啡馆举行了很多和我的事业相关的活动。	①	②	③	④
12	通过这些活动我得到了指导和帮助。	①	②	③	④
13	这家咖啡馆举行了很多生活上的活动。	①	②	③	④
14	通过这些活动我的生活变得有意思。	①	②	③	④
15	通过这家咖啡馆举行的活动我得到了很多和同行交流的机会。	①	②	③	④
16	这家咖啡馆对我的事业有很大的帮助。	①	②	③	④

17	我以后也会继续经常使用这家咖啡馆。	①	②	③	④
18	周围有了其他咖啡馆的话也会优先使用这家咖啡馆。	①	②	③	④

3. 在周围您还有经常使用的咖啡馆吗？若有，咖啡馆的名字是？

4. 您使用这些咖啡馆主要目的是？

♣ 对坚持到最后认真回答的您表示由衷感谢！ ♣

Abstract

A Study on the Spatial Characteristics and Use Behavior of Start-up Cafés in Hi-Tech Industrial Development Zones in Shenzhen, China

Wei Zichuan

Graduate Program in Urban Design

The Graduate School

Seoul National University

Recently, China has attracted worldwide attention due to its increasingly active scientific and technological innovation and active large-scale entrepreneurship and innovation activities. Shenzhen, which is known as the Silicon Valley of China, is a representative innovative city in China. After being selected as the first batch of smart cities in China, Shenzhen has developed into a representative smart city due to its continuous technological innovation and entrepreneurial activities.

On the other hand, since 2015, the Chinese government has put forward a slogan of "mass entrepreneurship, mass innovation" to stimulate the innovation and entrepreneurship activities of the Chinese people. Since then, China has set off a wave of innovation and entrepreneurship across the country, while increasingly active innovation and entrepreneurship activities

have brought new space needs. Therefore, under the leadership of the government and the market, a variety of innovative and entrepreneurial space has been built, among which start-up café, as a market-oriented innovative and entrepreneurial space and the combination of entrepreneurial space and café, has appeared. Cafés are no longer just places for selling coffee or for people to meet, but also become places for entrepreneurs to work and for investment meetings.

Therefore, the purpose of this study is to discover the essence of start-up café, focusing on the Shenzhen Virtual University Park and Shenzhen Software Industry Base in the High-Tech Industrial Development Zone of Shenzhen, China. A start-up café and a general café in each research site are chosen in order to analyze the characteristics of start-up café from the two perspectives of spatial characteristics and use behavior. The research method is based on the data of on-site survey, participant observation, questionnaire survey and interview, to analyze and compare the start-up café with the general café.

The content of this study consists of two parts: the analysis of the inner space of the start-up café and the urban space around the start-up café. Firstly, the research on the inner space of the start-up café is mainly divided into three aspects: inner space analysis, use behavior analysis and operation mode analysis. Through on-site investigation, the inner space of the cafés was investigated and the graphic analysis was carried out. Through a one-week observation of table occupancy and user behavior of the cafés in different time periods and an affiliated questionnaire survey of the cafés' users, this paper studies the usage characteristics of start-up cafés. In addition, an in-depth interview was conducted with the manager of the cafés on the operation mode and current situation of the cafés. Secondly, through on-site investigation and map analysis, this paper explores the surrounding urban space of the start-up café from three aspects which are site selection

characteristics, site spatial characteristics and the characteristics of surrounding facilities.

Like this, this study derived the spatial and behavioral characteristics of the start-up café which is as both a workplace and a place away from work, thus revealed the characteristics of start-up cafés which appeared in the process of promoting innovation and entrepreneurship. This study will be of great significance as a reference material in the future urban design of regions like High-Tech Technology Industrial Zones where promote lively entrepreneurship and innovation. In this study, by comparing start-up cafés and general cafés, the general characteristics of start-up cafés were obtained. In the future, we need to study the start-up cafés from other perspectives, and the follow-up researches on the essence of start-up cafés are necessary.

Keywords : Start-up Café, Entrepreneurial Space, Spatial Characteristics, Use Behavior, Hi-Tech Industrial Zone, Shenzhen China

Student Number : 2017-29186